

The copyright © of this thesis belongs to its rightful author and/or other copyright owner. Copies can be accessed and downloaded for non-commercial or learning purposes without any charge and permission. The thesis cannot be reproduced or quoted as a whole without the permission from its rightful owner. No alteration or changes in format is allowed without permission from its rightful owner.



**FAKTOR YANG MEMPENGARUHI GELAGAT KEPATUHAN  
PENSIJILAN HALAL MALAYSIA DALAM KALANGAN  
USAHAWAN BUMIPUTERA FAMA**



**SITI KHALILAH BINTI BASARUD-DIN**

**DOKTOR FALSAFAH  
UNIVERSITI UTARA MALAYSIA  
SEPTEMBER 2018**

FAKTOR YANG MEMPENGARUHI GELAGAT KEPATUHAN PENSIJILAN  
HALAL MALAYSIA DALAM KALANGAN USAHAWAN BUMIPUTERA  
FAMA

Oleh

SITI KHALILAH BINTI BASARUD-DIN



Tesis yang diserahkan kepada Pusat Perniagaan Othman Yeop Abdullah  
Universiti Utara Malaysia  
Untuk Memenuhi Keperluan bagi Ijazah Doktor Falsafah



Pusat Pengajian Perniagaan Islam  
ISLAMIC BUSINESS SCHOOL  
كلية إدارة الأعمال الإسلامية  
Universiti Utara Malaysia

## PERAKUAN KERJA TESIS/DISERTASI (Certification of thesis/dissertation)

Kami, yang bertandatangan, memperakukan bahawa  
(We, the undersigned, certify that)

SITI KHALILAH BINTI BASHARUD-DIN (96154)

Calon untuk ijazah  
(candidate for the degree of)

DOCTOR OF PHILOSOPHY (ISLAMIC MANAGEMENT)

telah mengemukakan tesis/disertasi yang bertajuk:  
(has presented his/her thesis/dissertation of the following title):

**Faktor yang mempengaruhi gelagat kepatuhan pensijilan halal Malaysia dalam kalangan usahawan bumiputera FAMA.**

seperti yang tercatat dimuka surat tajuk dan kulit tesis/disertasi.  
(as it appears on the title page and front cover of the thesis/dissertation)

Bahawa tesis/disertasi tersebut boleh diterima dari segi bentuk serta kandungan dan meliputi bidang ilmu dengan memuaskan, sebagaimana yang ditunjukkan oleh calon dalam ujian lisan yang diadakan pada:

**27 Mac 2018**

(That the said thesis/dissertation is acceptable in form and content and displays a satisfactory knowledge of the field of study as demonstrated by the candidate through an oral examination held on:

**27 March 2018**

Pengerusi Viva : Dr. Mohd Shahril Ahmad Razemi  
(Chairman for Viva)

Tandatangan  
(Signature)

Pemeriksa Luar : Prof. Madya Dr. Mohd Nor Hakim Yusoff  
(External Examiner)

Tandatangan  
(Signature)

Pemeriksa Dalam : Prof. Madya Dr. Norashidah Hj Hashim  
(Internal Examiner)

Tandatangan  
(Signature)

Tarikh : **27 Mac 2018**  
(Date)



**Nama Pelajar**  
(Name of Student)

: Siti Khalilah binti Basharud-din ( 96154 )

---

**Tajuk Tesis/Disertasi**  
(Title of the Thesis/ Dissertation)

: Faktor yang mempengaruhi gelagat kepatuhan pensijilan halal Malaysia dalam kalangan usahawan bumiputera FAMA.

---

**Program Pengajian**  
(Programme of Study)

: Doctor of Philosophy

---

**Nama Penyelia/Penyelia-Penyelia**  
(Name of Supervisor/Supervisors)

: Prof Madya Dr. Azizi Abu Bakar

---

  
Tandatangan

**Nama Penyelia/Penyelia-Penyelia**  
(Name of Supervisor/Supervisors)

: Prof. Madya Dr. Ram Al-Jaffri Saad

---

  
Tandatangan

## **KEBENARAN MENGGUNA**

Dalam menyerahkan tesis ini bagi memenuhi syarat sepenuhnya untuk ijazah lanjutan Universiti Utara Malaysia, saya bersetuju bahawa perpustakaan universiti boleh secara bebas membenarkan sesiapa sahaja untuk memeriksa. Saya juga bersetuju bahawa penyelia saya atau jika ketiadaannya, Dekan Pusat Pengajian Perniagaan Islam diberi kebenaran untuk membuat sesalinan tesis ini dalam sebarang bentuk, sama ada keseluruhannya atau sebahagiannya bagi tujuan kesarjanaan. Adalah dimaklumkan bahawa sebarang penyalinan atau penerbitan atau kegunaan tesis ini sama ada sepenuhnya atau sebahagian daripadanya bagi tujuan kewangan, tidak dibenarkan kecuali setelah mendapat kebenaran bertulis. Juga dimaklumkan bahawa pengiktirafan harus diberi kepada saya dan Universiti Utara Malaysia dalam sebarang kegunaan kesarjanaan terhadap sebarang petikan daripada tesis saya.

Sebarang permohonan untuk menyalin atau mengguna mana-mana bahan dalam tesis ini, sama ada sepenuhnya atau sebahagiannya, hendaklah dialamatkan kepada:

Dekan Pusat Pengajian Siswasah Othman Yeop Abdullah  
Kolej Perniagaan  
Universiti Utara Malaysia  
06010 UUM Sintok  
Kedah Darul Aman  
Malaysia

## ABSTRAK

Industri halal memainkan peranan penting dalam pembangunan ekonomi negara. Walau bagaimanapun, permohonan bagi mematuhi piawaian sijil halal dalam kalangan usahawan bumiputera masih rendah. Malah, usahawan PKS akan mengalami kerugian sehingga 60% jika produk yang di hasilkan tidak mempunyai sijil halal. Keadaan ini mungkin berpunca daripada gelagat kepatuhan yang rendah dalam kalangan usahawan PKS bumiputera. Justeru, penyelidikan ini dilakukan bagi mengenal pasti faktor-faktor yang mempengaruhi gelagat kepatuhan pensijilan halal Malaysia dalam kalangan usahawan PKS bumiputera FAMA. Penyelidikan ini menggunakan teori gelagat terancang (TGT) sebagai asas menentukan gelagat kepatuhan pensijilan halal Malaysia. Secara amnya, sebanyak tiga objektif dicapai. Objektif pertama adalah untuk mengenal pasti hubungan faktor sikap, pengaruh sosial, kesedaran, pengetahuan, akidah, ibadah dan akhlak terhadap niat gelagat kepatuhan pensijilan halal Malaysia dalam kalangan usahawan PKS bumiputera. Objektif kedua adalah untuk menentukan sama ada sikap dan kesedaran memberi kesan pengantara terhadap hubungan antara pengaruh sosial dengan niat gelagat kepatuhan pensijilan halal Malaysia dalam kalangan PKS bumiputera. Objektif ketiga pula adalah untuk mengkaji hubungan antara niat ke atas gelagat kepatuhan pensijilan halal Malaysia. Bagi mencapai objektif penyelidikan, data diperolehi daripada 400 responden yang terpilih melalui kaedah borang soal selidik. Setelah memperoleh data, analisis data dijalankan dengan menggunakan PLS-SEM. Penemuan penyelidikan mendapati bahawa sikap, pengaruh sosial, kesedaran dan ibadah mempunyai hubungan yang positif dan signifikan dengan niat gelagat kepatuhan pensijilan halal Malaysia dalam kalangan usahawan PKS bumiputera. Manakala, sikap dan kesedaran memberi kesan pengantara dalam penyelidikan ini. Penyelidikan ini juga mendapati bahawa terdapat hubungan antara niat ke atas gelagat kepatuhan pensijilan halal Malaysia. Penyelidikan ini menunjukkan bahawa faktor keagamaan (akidah, ibadah dan akhlak) serta faktor pengantara (sikap dan kesedaran) antara pengaruh sosial dan niat gelagat mampu mempengaruhi gelagat kepatuhan pensijilan halal Malaysia.

**Kata Kunci:** Gelagat Kepatuhan, Usahawan PKS Bumiputera, Pensijilan Halal Malaysia, Teori Gelagat Terancang.



## ABSTRACT

*The halal industry plays an important role in the economic development country. However, halal certification is one of the issues in Malaysia since its compliance to fulfill halal certificate standards among Bumiputera SMEs is still low. In fact, SME entrepreneurs will suffer losses of up to 60% if the products they produce do not have halal certificates. This situation may be due to low rate of compliance behavior among bumiputera SMEs. Therefore, this study was conducted to identify the factors that influence halal certificate compliance behaviors among FAMA's Bumiputera SMEs. This study used the theory of planned behavior as the underlying theory in determining Malaysia's halal certification compliance behavior. In general, there were three objectives in this study. The first objective was to identify the relationship between attitude, social influence, awareness, knowledge, akidah, ibadah and akhlak on halal certificate compliance intentions. The second objective was to determine the mediating effect of attitudes and awareness on social influence towards compliance intention. The third objective which was to determine the relationship between intentions on Malaysian's halal certificate compliance behavior. In order to achieve these objectives, the data were obtained from 400 selected respondents through by questionnaire was used for survey data. After acquiring the data, data analysis was conducted using PLS-SEM. The results of this study indicated that attitude, social influence, awareness and ibadah have significant and positive relationship on compliance intention. Meanwhile, attitudes and awareness as a mediator affect in this study. Further, intentions influence compliance behavior positively and significantly. This research indicated that religious factors (akidah, ibadah and akhlak) and mediator factors (attitudes and awareness) between social influence and behavioral intentions affect the halal certificate compliance behaviors.*

**Keyword:** Compliance Behavior, Bumiputera SME entrepreneurs, Malaysian's halal certificate, Theory of Planned Behavior.



## **PENGHARGAAN**

Pertama sekali saya ingin merakamkan kesyukuran saya kepada Allah S.W.T. dalam memberi peluang dan kekuatan untuk menyiapkan penyelidikan tesis ini. Ucapan terima kasih saya tujukan kepada Universiti Utara Malaysia kerana memberi peluang kepada saya sebagai gedung ilmu dalam membantu menyiapkan penyelidikan ini. Seterusnya ucapan terima kasih yang tidak terhingga kepada penyelia saya yang dihormati iaitu Prof. Madya Dr. Azizi Abu Bakar dan Prof Madya Dr. Ram Al Jaffri Saad atas segala ilmu yang dicurahkan, pengalaman dan tunjuk ajar mereka sepanjang tempoh penyelidikan ini. Sesungguhnya segala yang diperoleh daripada mereka tidak akan saya lupakan.

Selain itu, ucapan terima kasih kepada responden-responden yang terlibat atas segala bantuan dan kerjasama dalam memberi peluang kepada saya untuk menjalankan penyelidikan ini. Tidak dilupakan juga kepada suami tercinta iaitu Abdul Fatah Othman dan anak yang disayangi iaitu Muhamad Faiz Alfateh atas sokongan yang diberikan. Jutaan terima kasih juga kepada kedua-dua ibu bapa yang dikasihi iaitu Siti Ramlah Bakar dan Basarud-din Hashim serta adik beradik saya iaitu Mohd Ahsraf dan Siti Musfiroh yang memberi sokongan moral dan fizikal sepanjang penyelidikan ini. Akhir sekali, ribuan terima kasih kepada rakan-rakan seperjuangan atas segala bantuan dan perkongsian ilmu mengenai penyelidikan serta suka dan duka yang dilalui bersama sepanjang menyiapkan penyelidikan ini. Akhir kata, terima kasih kepada semua pihak yang terlibat secara langsung atau tidak langsung sepanjang pembikinan penyelidikan ini. Semoga Allah S.W.T membalas kebaikan anda semua dengan kebaikan yang lebih baik.

Sekian, Terima Kasih.

## ISI KANDUNGAN

<b>KEBENARAN MENGGUNA .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>iv</b>
<b>PENGHARGAAN .....</b>	<b>v</b>
<b>ISI KANDUNGAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>SENARAI JADUAL .....</b>	<b>ix</b>
<b>SENARAI RAJAH .....</b>	<b>xi</b>
<b>SENARAI SINGKATAN .....</b>	<b>xii</b>

### **BAB SATU : PENGENALAN**

1.1	Latar Belakang .....	1
1.2	Penyataan Masalah .....	9
1.3	Persoalan Penyelidikan .....	15
1.4	Objektif Penyelidikan .....	16
1.5	Skop Penyelidikan .....	17
1.6	Kepentingan Penyelidikan .....	19
1.7	Definisi Terma Penyelidikan .....	21
1.8	Susunan Bab Dalam Tesis .....	22

### **BAB DUA : PERKEMBANGAN INDUSTRI MAKANAN HALAL DI MALAYSIA**

2.1	Pendahuluan .....	24
2.2	Konsep Halal .....	24
2.3	Usahawan Perusahaan Kecil dan Sederhana .....	30
2.4	Klasifikasi Usahawan PKS Mengikut Sektor .....	31
2.5	Usahawan PKS Bumiputera <i>Federal Agricultural Marketing Authority</i> (FAMA) .....	32
2.6	Industri Makanan Halal .....	35

2.7	Pensijilan Halal Malaysia .....	39
2.8	Proses Aliran Kerja Sijil Halal .....	42
2.9	Majlis Halal Malaysia (MHM) dan Institut Akademi Halal Malaysia (MIHA) .....	46
2.10	Rumusan.....	47

### **BAB TIGA : ULASAN KARYA**

3.1	Pendahuluan .....	48
3.2	Gelagat Kepatuhan Pensijilan Halal Malaysia .....	48
3.3	Teori Gelagat.....	50
3.4	Konsep Keagamaan.....	63
3.5	Penguraian Teori Gelagat Terancang Terhadap Pensijilan Halal Malaysia....	67
3.6	Penyataan Hipotesis .....	71
3.7	Rumusan.....	98

### **BAB EMPAT : METODOLOGI PENYELIDIKAN**

4.1	Pendahuluan .....	99
4.2	Kerangka Konseptual Penyelidikan .....	99
4.3	Reka Bentuk Penyelidikan .....	101
4.4	Reka Bentuk Pensampelan .....	102
4.5	Pengukuran Pemboleh Ubah .....	106
4.6	Kutipan Data .....	118
4.7	Penambahbaikan Instrumen Penyelidikan .....	119
4.8	Analisis Data .....	124
4.9	Rumusan.....	126

### **BAB LIMA : DAPATAN PENYELIDIKAN**

5.1	Pengenalan .....	127
5.2	Profil Responden .....	127
5.3	Profil Responden .....	128
5.4	Analisis Deskriptif Pemboleh Ubah.....	131
5.5	Proses Saringan Data.....	132
5.6	Ujian Kenormalan Data.....	136
5.7	Pendekatan PLS-SEM .....	137

5.8	Penilaian Model Pengukuran .....	137
5.9	Penilaian Model Berstruktur .....	150
5.10	Pengujian Hipotesis dan Laluan Koefisien bagi Hipotesis Langsung.....	154
5.11	Keputusan Analisis Pemboleh Ubah Pengantara .....	158
5.12	Rumusan.....	160

## **BAB ENAM : RINGKASAN, PERBINCANGAN DAN KESIMPULAN**

6.1	Pendahuluan .....	161
6.2	Ringkasan Penyelidikan .....	161
6.3	Perbincangan dan Rumusan .....	164
6.4	Implikasi Terhadap Teori .....	179
6.5	Implikasi Terhadap Dasar .....	181
6.6	Cadangan Penyelidikan Lanjutan .....	187
6.7	Kesimpulan.....	188

<b>BIBLIOGRAFI</b>	<b>190</b>
--------------------	------------

<b>LAMPIRAN</b>	<b>210</b>
-----------------	------------





## SENARAI JADUAL

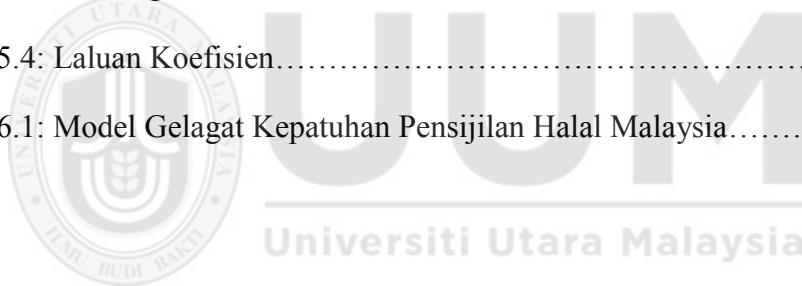
Jadual 1.1: Statistik Pemegang Pensijilan Halal Malaysia Bagi Bumiputera dan Bukan Bumiputera pada tahun 2015 sehingga 2017.....	6
Jadual 2.1 : Definisi PKS.....	31
Jadual 4.1: Responden yang Diperlukan Berdasarkan Perkadaran Sampel Rawak Berstrata.....	105
Jadual 4.2: Pengukuran Gelagat Kepatuhan Pensijilan Halal Malaysia.....	107
Jadual 4.3: Pengukuran Niat Gelagat Kepatuhan Pensijilan Halal Malaysia.....	108
Jadual 4.4: Pengukuran Sikap Terhadap Penghasilan Produk Makanan Halal.....	109
Jadual 4.5: Pengukuran Pengaruh Sosial.....	110
Jadual 4.6: Pengukuran Kesedaran Terhadap Amalan Halal.....	112
Jadual 4.7: Pengukuran Pengetahuan Konsep Halal.....	113
Jadual 4.8: Pengukuran Akidah.....	114
Jadual 4.9: Pengukuran Ibadah.....	116
Jadual 4.10: Pengukuran Akhlak.....	117
Jadual 4.11: Tahap Kebolehpercayaan Instrumen (N=44).....	123
Jadual 4.12: Keputusan Analisis Kesahihan Konstruk (N=44).....	123
Jadual 5.1: Statistik Deskriptif bagi Taburan Kekerapan Responden.....	128
Jadual 5.2: Statistik Deskriptif bagi Setiap Pemboleh Ubah.....	132
Jadual 5.3: Hasil Ujian Statistik Kepencongan dan Kurtosis Bagi Semua Pemboleh Ubah.....	136
Jadual 5.4: Beban Silang ( <i>Cross Loading</i> ) bagi Item-Item.....	140
Jadual 5.5: Beban Faktor Signifikan.....	142
Jadual 5.6: Analisis Kesahan Konvergen.....	146

Jadual 5.7: Analisis Kesahihan Diskriminan.....	149
Jadual 5.8: Kesan Saiz Terhadap Niat (Konstruk Endogen).....	152
Jadual 5.9: Peramalan Kerelevanan Model.....	153
Jadual 5.10: Keputusan Hipotesis Hubungan Langsung Model.....	157
Jadual 5.11: Keputusan Analisis Pemboleh Ubah Pengantara ( <i>Mediator</i> ).....	159
Jadual 5.12: Kesan Pengantara Sikap dan Kesedaran.....	160



## SENARAI RAJAH

Rajah 2.1: Fasa Pelan Induk Ketiga.....	37
Rajah 2.2: Trend Peningkatan Eksport Produk Halal Malaysia.....	37
Rajah 2.3: Carta Aliran Prosedur Pensijilan Halal Malaysia.....	45
Rajah 3.1: Teori Tindakan Beralasan (Fishbein dan Ajzen, 1975).....	52
Rajah 3.2: Teori Gelagat Terancang (Ajzen, 1991).....	54
Rajah 4.1: Kerangka Niat Gelagat Kepatuhan Pensijilan Halal Malaysia.....	100
Rajah 5.1: Boxplot Sebelum Digantikan dengan Nilai Min.....	135
Rajah 5.2: Boxplot Selepas digantikan dengan Nilai Min.....	135
Rajah 5.3: PLS Algorithm.....	155
Rajah 5.4: Laluan Koefisien.....	156
Rajah 6.1: Model Gelagat Kepatuhan Pensijilan Halal Malaysia.....	181



## SENARAI SINGKATAN

AVE	<i>Average Variance Extracted</i>
BTOS	<i>Bartlett Test of Sphericity</i>
CB-SEM	<i>Covariance Based-Structural Equation Modelling</i>
FAMA	<i>Federal Agricultural Marketing Authority</i>
MIHA	Institut Akademi Halal Malaysia
JAIN	Jabatan Agama Islam Negeri
JAKIM	Jabatan Kemajuan Islam Malaysia
KMO	<i>Kaiser Meyer-Olkin</i>
MAIN	Majlis Agama Islam Negeri
MHM	Majlis Halal Malaysia
PCA	<i>Principle Component Analysis</i>
PKS	Perusahaan Kecil dan Sederhana
PLS-SEM	<i>Partial Least Square-Structural Equation Modelling</i>
SEM	<i>Structural Equation Modelling</i>
SMARTPLS	<i>Smart Partial Least Square</i>
TGT	Teori Gelagat Terancang
TTB	Teori Tindakan Beralasan



## **BAB SATU**

### **PENGENALAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Peningkatan permintaan produk makanan halal telah menjadi suatu fenomena perniagaan yang mempengaruhi pasaran tempatan dan antarabangsa bagi memenuhi permintaan yang tinggi. Dilaporkan bahawa perbelanjaan produk halal dalam sektor makanan meningkat sebanyak 9.5% daripada anggaran tahun 2012 kepada AS\$2 trilion pada tahun 2013 dan dijangka mencecah AS\$3.7 trilion menjelang tahun 2019 dengan kadar pertumbuhan tahunan sebanyak 10.8% (Amir, 2016). Malah, pasaran halal dunia adalah cukup besar dengan nilai AS\$3 trilion (RM12 trilion) setahun (→Potensi besar industri halal”, 2016).

Dengan jumlah yang begitu besar ini sudah tentu memberikan pendapatan yang lumayan kepada mana-mana pengusaha dan syarikat yang menghasilkan produk berstatus halal termasuk kepada syarikat Perusahaan Kecil dan Sederhana (PKS). Syarikat PKS adalah penyumbang terbesar bagi pengeksportan produk makanan halal pada tahun 2014 yang melibatkan bilangan purata syarikat PKS adalah 475 syarikat berbanding dengan syarikat Multinasional sebanyak 249 syarikat (Halal Development Corporation, 2015). Malah, pada tahun 2015, syarikat Bumiputera menyumbang sejumlah RM2.6 bilion atau 6.6% daripada jumlah eksport produk

## BIBLIOGRAFI

- Abbas, J. A., & Ali, A. A. (2007). Islamic work ethic in Kuwait. *Cross cultural management: An international Journal*, 14(2), 93-104.
- Abd Rauf, H. H., Abdul Halim, S. & Khairul Amin, M. Z. (2007). *Kamus Bahasa Melayu-Bahasa Arab dan Bahasa Arab-Melayu*. Fajar Bakti Sdn. Bhd.: Selangor.
- Abi Bakr Ahmad bin al-Hussain bin Ali al-Baihaqi (2003), al-Sunan al-Kubra, *Jama" Abwabu Man Tajuzu Syahadatuhu Wa Man La Tujuz*, no.hadis 20782, j.10, c.3, Bairut: Dar al-Kotob al-Ilmiyah, h.322.
- Aerisuli, A. (2011). *Penghayatan ibadah dan kesannya terhadap hubungan sosial di kalangan pelaja rsekolah menengah kebangsaan agama Tok Jiring, Kuala Terengganu*. Tesis Master tidak diterbit, Universiti Malaya.
- Ahlam Nuwairah, A., Azmawani, A. R., & Suhaimi, A. R. (2015). Assessing knowledge and religiosity on consumer behavior towards halal food and cosmetic products. *International Journal of Social Science and Humanity*, 5,(1), 10-14
- Ahmad Azrin, A. (2011). Islamic Consumer Behavior (ICB): Its why and what. *International Journal of Business and Social Science*, 2(21), 157-165.
- Ahmad Munawar, I. (2012). Aqidah as a basis of social tolerance: The Malaysian experience. *International Journal of Islamic Thought*, 1, 1-7.
- Ahmad Munawar, I., Mohd Yusof, O., & Jawiah, D. (2011). The development of human behavior using Islamic approach. *Jurnal Hadhari*, 3(2), 103-116.
- Aida, W. (2012) *Pengaruh hasil belajar akidah akhlak terhadap tingkah laku siswa kelas II Madrasah Ibtidaiyah Asy Syairiyah Plumbon Kec. Limpung Kab. Batang tahun pelajaran 2010/2011*. Tesis Ijazah Sarjana Muda, IAIN Walisongo.
- Aiedah, A. K. (2014). Young consumers' attitude towards halal food outlets and JAKIM's halal certification in Malaysia. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 121, 26-34.
- Aiedah, A. K., & Sharifah Hayaati, S. I., & Hairunnisa, M. I.(2015). A study on the factors influencing young Muslims' behavioral intention in consuming halal food in Malaysia. *Jurnal Syariah*, 23(1), 79-102
- Aiedah, A. K., Sharifah Hayaati, S. I. (2015). Why are we eating halal—using the theory of planned behavior in predicting halal food consumption among

generation y in Malaysia. *International Journal of Social Science and Humanity*, 5(7), 608.

- Ainur, R., Mula, J. M., & Scott, A. (2011). Purchase intention to undertake e-commerce transactions in developing countries: Application of theory of planned behavior in Indonesia. *Dalam 2011 International Conference on Management and Service Science*, 1–4.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Ajzen, I. (1985). From intentions to actions: A theory of planned behavior. In J. Kuhl & J. Beckman (Eds.), *Action-control: From cognition to behavior* (pp. 11- 39). Heidelberg, Germany: Springer.
- Ajzen, I. (1989). Attitude, structure and behavior, in Pratkanis, A.R., Breckler, S.J. and Greenwald, A.G. (Eds). *Attitude, Structure and Function*. Lawrence Erlbaum Associates, Hillsdale: New Jersey.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211.
- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, personality, and behavior* (2nd. ed.). Milton-Keynes, England: Open University Press / McGraw- Hill.
- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, personality, and behavior* (2nd. ed.). Milton-Keynes, England: Open University Press / McGraw- Hill.
- Ajzen, I., & Driver, B. L. (1992). Application of the theory of planned behavior to leisure choice. *Journal of Leisure Research*. 24, 207-224.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1977). Attitude-behavior relations: A theoretical analysis and review of empirical research. *Psychological Bulletin*, 84, 888-918.
- Ajzen, I., & Madden, T. J. (1986). Prediction of goal-directed behavior: Attitudes, intentions, and perceived behavioral control. *Journal of Experimental Social Psychology*, 22, 453-474.
- Ajzen, I., Brown, T.C. and Carvahal, F. (2004), –Explaining the discrepancy between intentions and actions: the case of hypothetical bias in contingent valuation”, *Personality and Social Psychology Bulletin*, 30, 1108-21.
- Ajzen, I., Joyce, N., Sheikh, S., & Cote, N. G. (2011). Knowledge and the prediction of behavior: The role of information accuracy in the theory of planned behavior. *Basic and Applied Social Psychology*, 33(2), 101–117.
- Alfi Khairiansyah, M., Abdul Rahman, A. D., Jawdat, K., Ahmed Abdulaziz, H. A. (2011). Collaboration, wealth and value creation, smes‘ halal products

- communities, and information systems. *International Journal on New Computer Architectures and Their Applications (IJNCAA)*, 1(2), 510-518
- Al-Qardhawi, Y. (1995). *Ibadah fi Islam (24 ed.)*. Maktabah Wahbah, Kaherah.
- Al-Qardhawi, Y. (2002). *al-Halal wa al-Haram fi Islam*. Maktabah Wahbah, Kaherah.
- Al-Quran. (1993). *Tafsir Pimpinan Al-Rahman Kepada Pengertian al-Quran 30 Juzuk*. Pusat Islam Kuala Lumpur: Bahagian Agama Jabatan Perdana Menteri.
- Al-Qurtubi, S. A.D. M.. (1964). *al-Jami li A k am al-Quran (2<sup>th</sup> ed.)*. Dar al-Kutub al- is riyyah, Kaherah.
- Al-Razi. (1994). *Tafsir al-Fakhrul al-Razi, juz. 5*. Beirut: Dar al-Fikr.
- Al-Sobuni, M. A. (1981). *ofw ah al-Tafasir (4<sup>th</sup> ed.)*. Dar al-Quran al-Karim, Beirut.
- Alzubi, M. M., Farea, M. M., & Al-Dubai, M. M. (2017). *The mediating role of awareness in the intention to use internet banking among SMEs in Yemen*. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 22(2), 1-9.
- Aminudin, M. (2014, Jun 13). Pamerkan logo halal JAKIM. *Sinar Harian*. Dicapai daripada <http://www.sinarharian.com.my/karya/pendapat/pamerkan-logo-halal-jakim-1.289753>
- Amir, H. R. (2016, Februari 13). *Global halal market growing bigger*. Dicapai daripada <https://www.nst.com.my/news/2016/02/127261/global-halal-market-growing-bigger>
- Andresen, E. M. (2000). Criteria for assessing the tools of disability outcomes research. *Archives of physical medicine and rehabilitation*, 81, S15-S20.
- Arshia, M., & Muhammad Mohsin, B. (2012). Intention to choose Halal products: the role of religiosity. *Journal of Islamic Marketing*, 3(2), 108-120.
- Asyqar, U. S. (2002). *Rahsia niat dalam ibadat* (Zayuki, M. Terj.). Kuala Lumpur: Jasmin Enterprise.
- Asyraf, A. R., Wan Ibrahim, W. A., Mohd Yusoff, M., & Zainab, I. (2011). Knowledge on halal food amongst food industry entrepreneurs in Malaysia. *Asian Social Science*, 7(12), 216-221



- Atikullah, A. (2013). Konsep kerja sebagai ibadat menurut perspektif Islam asas fahaman dualisme dalam kehidupan. *Jurnal Islam Dan Masyarakat Kontemporari*, 6, 37–48.
- Augusto de Matos, C., Trindade Ituassu, C., & Vargas Rossi, C. A. (2007). Consumer attitudes toward counterfeits: A review and extension. *Journal of Consumer Marketing*, 24(1), 36-47.
- Azmi, S., & Hadeer Akram, A. R. (2013). Exploring the Halal Status of Cardiovascular, Endocrine, and Respiratory Group of Medications. *The Malaysian journal of medical sciences: MJMS*, 20(1), 69-74
- Azreen Jihan, C. M. H. & Rosidah, M. (2014). Factors influencing attitude towards halal cosmetic among young adult urban muslim women: A focus group analysis. *Elsevier Procedia- Social and Behavioral Sciences*, 130, 129-134.
- Azrone, S. (2015, Disember 4). FAMA berjaya ubah taraf hidup petani. *Berita Harian Online*. Dicapai daripada <http://www.bhplus.com.my/node/102112>
- Bahtiar, M., Hassan, A. B., & Mohamad Khadafi, R. (2004) Imej Islam di media cetak: Analisis kandungan akhbar mingguan di Malaysia. *The Malaysian Journal of Language and Communication*, 1(1), 79-98.
- Bailey, A. (2006). Retail employee theft: a theory of planned behavior perspective. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 34(11), 802–816.
- Baron, R.M., & Kenny, D.A. (1986). The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173-1182.
- Beekun, R. T. (1997). *Islamic Business Ethics*. Herndon: International of Islamic Thought
- Bohrnstedt, G. W. (1970). Reliability and validity assessment in attitude measurement. In *Attitude measurement* (pp. 80–99). London: Rand McNally.
- Bojmaeh, H. Y. (2015). *Mediating role of information system security awareness in the relationship between self-efficacy, security practice and information system security behavior*. *International Journal of Science and Engineering Applications*, 4(6), 361-365.
- Bonne, K., Vermeir, I., Bergeaud-Blackler, F., & Verbeke, W. (2007). Determinants of halal meat consumption in France. *British Food Journal*, 109(5), 367–386.

- Che Mohd Zulkifli, C. O. & Anas, T. (2014). E-commerce in Malaysia: Development, implementation and challenges. *International Review of Management and Business Research*, 3(1), 291-298.
- Che Mohd Zulkifli, C. O. (2013). Challenges and marketing strategies of halal products in Malaysia. *Interdisciplinary Journal of Research in Business*, 3(2), 11-17
- Chin, W. W., Marcolin, B. L., & Newsted, P. R. (2003). A partial least squares latent variable modeling approach for measuring interaction effects: Results from a Monte Carlo simulation study and an electronic-mail emotion/adoption study. *Information Systems Research*, 14(2), 189–217.
- Cho, V., & Hung, H. (2011). The effectiveness of short message service for communication with concerns of privacy protection and conflict avoidance. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 16(2), 250-270.
- Chow, W. S., & Chan, L. S. (2008). Social network, social trust and shared goals in organizational knowledge sharing. *Information & Management*, 45(7), 458–465.
- Churchill, G. A. (1979). A paradigm for developing better measures of marketing constructs. *Journal of Marketing Research*, 16(1), 64–73.
- Churchill, G., & Iacobucci, D. (2004). *Marketing research: Methodological foundations* (9 ed.). Ohio: Thomson South-Western.
- Coakes, S. J. (2013). *SPSS: Analysis Without Anguish; version 20.0 for Windows*. Queensland: John Wiley&Sons Australia.
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Coon, D., & Mitterer, J. O. (2008). *Psychology a journey* (3th ed.). USA: Thomson Higher Education.
- Definisi Baharu PKS. (2017). Small and medium enterprises corporation. Dicapai daripada [http://www.smecorp.gov.my/images/pdf/GarisPanduan\\_Definisi\\_Baharu\\_PKS\\_updated.pdf](http://www.smecorp.gov.my/images/pdf/GarisPanduan_Definisi_Baharu_PKS_updated.pdf)
- El-Kot, G. A., & Burke, R. J. (2014). The Islamic work ethic among employees in Egypt. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 7(2), 228-235.
- Elmi, B., & Zainab, I. (2013). Hubungan kecerdasan rohaniah warga tua dengan amalan agama di rumah kebajikan. *International Journal of Islamic Studies*, 35(1), 19-28.

- Export of Malaysian halal products worth RM42b in 2016. (2017, Ogos 7). *TheSundaily*. Dicapai daripada <http://www.thesundaily.my/news/2017/08/07/export-malaysian-halal-products-worth-rm42b-2016>
- Fadloli, M. F. (2013). Korelasi pembelajaran akidah akhlak dengan perilaku siswa kelas v mi ma'arif sembego depok sleman. *Dalam Program Studi Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah, Falkultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, Universiti Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta*.
- Falk, R. F., & Miller, N. B. (1992). *A primer for soft modeling*. Ohio: The University of Akron Press.
- FAMA bantu usahawan IKS. (2010, September 6). *Utusan Malaysia*. Dicapai daripada [http://ww1.utusan.com.my/utusan/info?y=2010&dt=0906&sec=Keluarga&pg=ke\\_02.htm#ixzz4tNv204IK](http://ww1.utusan.com.my/utusan/info?y=2010&dt=0906&sec=Keluarga&pg=ke_02.htm#ixzz4tNv204IK)
- FAMA sasar jualan RM1.9 bilion 2016. (2015, November 27). *Astro Awani*. Dicapai daripada <http://www.astroawani.com/berita-bisnes/fama-sasar-jualan-rm1-9-bilion-2016-82696>
- FAMA. (2017). Portal Rasmi. Dicapai daripada <http://www.fama.gov.my>
- Farah Mastura, N. A., & Zainol, B. (2015). Factors influencing zakat compliance behavior on saving. *International Journal of Business and Social Research*, 5(01), 118-128.
- Faridah, C. H., & Tengku Sarina Aini, T. K. (2006). Pendekatan psikologi dalam pendidikan akhlak Muslim sebagai pemangkin pembangunan insan dan tamadun. *Jurnal Pengajian Melayu*, 17, 290-306.
- Faruq, M. A., & Hartini, A. (2014). *Mediating role of technology awareness on social influence – behavioural intention relationship*. *Infrastructure University Kuala Lumpur Research Journal*, 2(1), 119-131.
- Fauziah, I., Norulhuda, S., Khadijah, A., Mohd Suhaimi, M., Noremy, M. A., & Salina, N. (2012). Memperkasakan pengetahuan agama dalam kalangan remaja bermasalah tingkah laku: Ke arah pembentukan akhlak remaja sejahtera. *Journal of Social Science and Humanities*, 7(1), 84-93.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Structural equation models with unobservable variables and measurement error: Algebra and statistics. *Journal of Marketing Research*, 18(3), 382-388.

- Fraser, R. T., Johnson, K., Hebert, J., Ajzen, I., Copeland, J., Brown, P., & Chan, F. (2011). Understanding employers' hiring intentions in relation to qualified workers with disabilities: Preliminary findings. *Journal of Occupational Rehabilitation*, 35, 1-11.
- Frazier, P.A., Barron, K.E., & Tix, A.P. (2004). Testing moderator and mediator effects in counseling psychology research. *Journal of Counseling Psychology*, 51(1), 115-134
- Gopi, M., & Ramayah, T. (2007). Applicability of theory of planned behavior in predicting intention to trade online: Some evidence from a developing country. *International Journal of Emerging Markets*, 2(4), 348–360.
- Haeussinger, F. J. & Kranz, J.J. (2013). Information security awareness: Its antecedents and mediating effects on security compliant behavior. *Thirty Fourth International Conference on Information Systems, Milan*. Dicapai daripada <https://pdfs.semanticscholar.org/562b/160c858a35ffcd02e0726835cf1000bca91e.pdf>
- Hagger, M. S., & Chatzisarantis, N. L. D. (2006). Self-identity and the theory of planned behaviour: Between- and within-participants analyses. *British Journal of Social Psychology*, 45(4), 731–757.
- Hair Jr, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2013). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. Sage Publications.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). San Francisco: Pearson.
- Hair, J. F., Hult, J. G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2014). *Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. America: SAGE Publications.
- Hair, J., Black, W., Babin, B., & Anderson, R. (2010). *Multivariate data analysis* (7 ed.). USA: Pearson Education Inc.
- Hair, J., Ringle, C., & Sarstedt, M.. (2011). PLS-SEM: Indeed a silver bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice: Special issue on the use of partial least squares (PLS)*, 19(2), 139-151.
- Halal Academy. (2017). *Halal Academy*. Dicapai dari <https://www.halal-academy.com/>
- Halal Development Corporation. (2015). *Malaysian halal export 2014*. Dicapai daripada [http://whc.hdcglobal.com/cms\\_hdcglobal/halal-export-report-2014.pdf](http://whc.hdcglobal.com/cms_hdcglobal/halal-export-report-2014.pdf)

- Halal Develepment Corporation. (2015). *Malaysian halal export 2015*. Dicapai daripada [http://whc.hdcglobal.com/cms\\_hdcglobal/halal-export-report-2015.pdf](http://whc.hdcglobal.com/cms_hdcglobal/halal-export-report-2015.pdf)
- Halal Develepment Corporation. (2016). *Future directions of halal in Malaysia: Opportunities for trade and investment*. Dicapai daripada [http://www.arr.gov.pl/data/01943/kuala\\_lumpur\\_14062016\\_1.pdf](http://www.arr.gov.pl/data/01943/kuala_lumpur_14062016_1.pdf)
- Halal Malaysia. (2013a). *Pelaksanaan manual prosedur pensijilan halal Malaysia 2011*. Dicapai daripada <http://www.halal.gov.my>
- Halal Malaysia. (2013b). *Halal certification process work flow*. Dicapai daripada <http://www.halal.gov.my>
- Hamari, J., & Koivisto, J. (2015). "Working out for likes": An empirical study on social influence in exercise gamification. *Computers in Human Behavior*, 50, 333-347.
- Hamizar, H. & Nurhayati, A. (2016, Februari 29). Industri halal diperkukuh. *Berita Harian Online*. Dicapai daripada <https://www.bharian.com.my/node/129346>
- Hanzaee, K. H., & Mohammad Reza, R. (2011). Intention to halal products in the world markets. *Interdisciplinary Journal of Research in Business*, 1(5), 1-7.
- Hasan, A, Ahmad, F., Abdul Jalil, B., Husna, H., & Munira, A. R. (2013). "Halal studies in universities: A way forward to manage halal business." *International Journal Of Arts And Sciences Conference (Ijas2011) Austria*, (pp. 1-9).
- Hassandoust, F., Logeswaran, R., & Kazerouni, M. F. (2011). Behavioral factors influencing virtual knowledge sharing: Theory of reasoned action. *Journal of Applied Research in Higher Education*, 3(2), 116-134.
- Hayati, K., & Caniago, I. (2012). Islamic work ethic: The role of intrinsic motivation, job satisfaction, organizational commitment and job performance. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 65, 272-27
- Ibnu Battal. (t.th). *Syarah Sahih al-Bukhari li Ibn Battal, Jld 6*. Riyadh: Maktabah al Rushd.
- Ilyia Nur, A. B., Rosli, S., Suhaimi, A. R., & Dzulkifly, M. Hashim. (2012). Factors contributing to non-compliance of the halal standard among restaurant operators in Malaysia. *International Business Management*, 6(6), 611-620.
- Ilyia Nur, A. R., Rosli, S., Suhaimi, A. R., & Dzulkifly, M. H. (2011). Factors contributing to non-compliance of the halal standard among restaurant

operators in Malaysia. Dalam *2011 2nd International Conference on Business, Economics and Tourism Management* (Vol. 24, pp. 88–92).

Ismadi, A. (2017, November 2). IPT bantu agenda halal negara. BH Online. Dicapai daripada <https://www.bharian.com.my/berita/pendidikan/2017/11/345528/ipt-bantu-agenda-halal-negara>.

Jabatan Kemajuan Islam Malaysia. (2017). *Laporan pensijilan halal*.

Jaffar, M. A., & Musa, R. (2013). Determinants of attitude towards islamic financing among halal-certified micro and SMEs: A proposed. *International Journal of Education and Research*, 1(8), 1–10.

Jakim kemuka cadangan penubuhan majlis halal Malaysia kepada kabinet. (2016, Januari 11). *MStar*. : Dicapai dari [www.mstar.com.my/berita/berita-semasa/2016/01/11/cadangan-tubuh-majlis-halal-malaysia/#9ZRTSwCPag6zFKqD.99](http://www.mstar.com.my/berita/berita-semasa/2016/01/11/cadangan-tubuh-majlis-halal-malaysia/#9ZRTSwCPag6zFKqD.99).

JAKIM. (2016). *Penubuhan Majlis Halal Malaysia*. Dicapai dari <http://www.islam.gov.my/berita-semasa/25-bahagian-hab-halal/300-penubuhan-majlis-halal-malaysia>.

Jamal, A. N. S., & Nur Shahira, M. A. (2010). Dimension of halal purchase intention: A preliminary study. *International Review of Business Research Papers*, 6(4), 444-456.

Jin, D., Chai, K. H., & Tan, K. C. (2012). Organizational adoption of new service development tools. *Managing Service Quality*, 22(3), 233–259.

Joni Tamkin, B. (2008). Pemikiran pembangunan ekonomi berteraskan Islam. *Jurnal Usuluddin*, 27, 93-107.

Jusmaliani & Nasution, H. (2010). Identification of the attributes of halal meat consumption: Study of Muslims in Jakarta and Melbourne. *Review of Indonesian Economic and Business Studies* 1(1), 81-92.

Kasim, A. Y, & Tamuri, A. H. (2010). Pengetahuan pedagogical kandungan (PPK) pengajaran akidah: Kajian kes guru cemerlang pendidikan Islam. *Journal of Islamic and Arabic Education* 2(2), 13-30.

Kasmarini, B., Norliya, A. K., Siti Khairiyah, N., & Siti Zahrah, B. (2015). Understanding the halal concept and the importance of information on halal food business needed by potential Malaysian entrepreneurs. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 5(2), 170.

Kaur, K., & Syuhaily, O. (2014). Predicting Working Women Purchasing Behaviour of Malaysian Halal Cosmetic Products by Using Theory of

Planned Behaviour. *International Academic Research Journal of Business and Management*, 3(1), 1-7.

- Kautonen, T., van Gelderen, M., & Tornikoski, E. T. (2013). Predicting entrepreneurial behaviour: A test of the theory of planned behaviour. *Applied Economics*, 45(6), 697–707.
- Kerangka majlis halal M'sia tumpu pemerkasaan syarikat. (2017, Jun 29). *Utusan Borneo*. Dicapai daripada <https://www.pressreader.com/malaysia/utusan-borneo-sarawak/20170629/282398399429550>
- Kesedaran halal usahawan Islam. (2013, Disember 20). *Sinar Harian*. Dicapai daripada <http://www.sinarharian.com.my/mobile/edisi/kesedaran-halal-usahawan-islam-1.232372>
- Khadijah, A., Fauziah, I., Mohd Suhaimi, M., Wan Shahrazad, W. S., Salina, N., & Norulhuda. (2013). Tahap pengetahuan agama dalam kalangan banduan parol: Ke arah pembentukan akhlak sejahtera. *Journal of Social science and Humanities*, 8(2), 1-10
- Khairi, M. O., Nik Kamariah, N. M., Gaboul, A. I., Fatihya Mahdi, A. A. (2012). The direct effects of halal product actual purchase antecedents among the international Muslim consumers. *American Journal of Economics*, 87-92.
- Khaled, M. K. A. (2012). The role of Islamic work ethics in developing organizational citizenship behavior at the Jordanian Press Foundations. *Journal of Islamic Marketing*, 3(2), 139-154.
- Khazizul, M., P., Sabariah, J. & Syed Jamal Abdul Nasir, S. M. (2012). An empirical research on relationship between demand, people and awareness towards training needs: A case study in Malaysia halal logistics industry. *Dalam 2012 IEEE Business, Engineering & Industrial Applications Colloquium (BEIAC)*, (pp. 246-251).
- Kim, H. B., Kim, T. T., & Shin, S. W. (2009). Modeling roles of subjective norms and eTrust in customers' acceptance of airline B2C eCommerce websites. *Tourism management*, 30(2), 266-277.
- Kordnaeij, A., Askaripoor, H., & Bakhshizadeh, A. (2013). Studying affecting factors on customers' attitude toward products with halal brand (Case study: Kuala Lumpur, Malaysia). *International Research Journal of Applied and Basic Sciences, Science Explorer Publications*, 4(10), 3138-3145.
- Krejcie, R.V., & Morgan, D.W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*. 30, 607-610.

- Kumar, N. & Raduan, C. R. (2010). Examining the link between Islamic work ethic and innovation capability. *Journal of management development*, 29(1), 79-93.
- Lada, S., Tanakinjal, G. H. T., & Hanudin, A. (2009). Predicting intention to choose halal products using theory of reasoned action. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 2(1), 66-76.
- Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan (FAMA). (2017a). *Latar belakang*. Dicapai dari <http://www.fama.gov.my/latarbelakang;jsessionid=FB899F5AF8C2A61710219EB47A86C3F2#.WcR53rIjHIU>
- Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan (FAMA). (2017b). *Perutusan daripada ketua pengarah*. Dicapai dari [http://www.fama.gov.my/message\\_director;jsessionid=FB899F5AF8C2A61710219EB47A86C3F2#.WcR557IjHIU](http://www.fama.gov.my/message_director;jsessionid=FB899F5AF8C2A61710219EB47A86C3F2#.WcR557IjHIU)
- Leonard, L. N. L., & Cronan, T. P. (2005). Attitude toward ethical behavior in computer use: A shifting model. *Industrial Management & Data Systems*, 105(9), 1150-1171.
- Lio, I. W., Wang, Y. S., & Yeh, C. H. (2014). Exploring the relationship between intentional and behavioral loyalty in the context of e-tailing. *International Journal of Service Industry Management*, 17(1), 76-98.
- Maisarah, A., Suhaila, A. K., & Nurul Azida, S. (2013). Perceptions and behavior's of muslim and non-muslim towards halal product. *Journal of Social and Development Sciences*, 4(6), 249-257.
- Majlis Halal Malaysia akan ditubuhkan. (2016, Februari 12). *Utusan Online*. Dicapai dari <http://www.utusan.com.my/berita/nasional/majlis-halal-malaysia-akan-ditubuhkan-1.189471#ixzz5BxCr2Mu9>.
- Majlis halal Malaysia kemudi industri halal negara. (2016, Februari 11). *Mynewshub*. Dicapai dari <https://www.mynewshub.cc/terkini/184585/>.
- Malebana, J. (2014). Entrepreneurial intentions of South African rural university students : A test of the theory of planned behaviour. *Journal of Economics and Behavioural Studies*, 6(2), 130-143.
- Mariatul Aida, J. & Rosidah, M. (2013). Determinants of attitude towards Islamic financing among Halal-certified micro and SMEs: A proposed conceptual framework. *International Journal of Education and Research*, 1(8), 1-10
- Market watch 2012: The Malaysian food industry. (2012). *The German Chamber Network*. Dicapai dari <http://www.malaysia.ahk.de>



- Marzuki, M.A. (2012). *Pendidikan al-Quran dan dasar-dasar pendidikan karakter dalam Islam. Seminar penanaman dan pengembangan karakter mulia pada anak-anak melalui pendidikan al-Quran*. Dicapai daripada <http://staff.uny.ac.id/sites/default/files/pengabdian/dr-marzuki-mag/dr-marzuki-mag-pendidikan-al-quran-dan-dasar-dasar-pendidikan-karakter-dalam-islam.pdf>.
- Ministry of International Trade and Industry. (2016). *World halal week 2016 (WHW 2016)*. Dicapai daripada <http://www.miti.gov.my/index.php/pages/view/3195>
- Misri, M. (2014). *Ensilopedia akhlak Muhammad S.A.W.* (Yahya, N., Terj.). Selangor: Al-Hidayah Publication.
- Mohamad, K. (2011). Transformasi industri halal. *Dewan Ekonomi*, 3–11. Dicapai daripada <http://e-muamalat.gov.my/kertasilmhiah/transformati-industri-halal>
- Mohamamd Hossein, F. (2013). The status of knowledge in Islam (terj. Fatemeh, S). *Message Of Thaqaalayn Spring*, 13( 1), 73-100
- Mohamed Sharif, M. & Roslee, A. (2002). Bimbingan kerjaya menurut perspektif Islam. *Jurnal Pendidikan Universiti Teknologi Malaysia*, 8, 63-70.
- Mohammad Jodi, K. H. (2014). Sejauhmana bahan bacaan mempengaruhi pemahaman akidah remaja: satu kajian di institut pengajian tinggi swasta (IPTs). *Dalam Proceeding of the International Conference on Arabic Studies and Islamic Civilization*. (pp. 550-558).
- Mohammad Reza, J., & Samiei, N. (2012). The impact of electronic word of mouth on a tourism destination choice: Testing the theory of planned behavior (TPB). *Internet Research*, 22(5), 591-612.
- Mohani, A., Hashanah, I., & Mazlina, M. (2013). Halal food certification: case of Malaysian SME entrepreneurs. *China-USA Business Review*, 12(2).
- Mohani, A., Hashanah, I., Haslina, H., & Juliana, J. (2009). SMEs and halal certification. *China-USA Business Review*, 8(4), 23-29.
- Mohd Aderi, C. N., & Ahmad Yunus, K. (2012). Teaching of Islamic doctrine and beliefs in school subject content knowledge and pedagogical considerations. *International Journal of Humanities and Social Science*, 2(11), 258-264.
- Mohd Ayop, A. R. (2013). *Akidah, ibadah & akhlak dalam denyut nadi kehidupan*. Selangor: Mabar Publication.
- Mohd Faizal, P. R., Muhammad Ridhwan, A. A., Kalsom, A.W., & Suhaida, M. A. (2014). Etika perniagaan Islam: Pengalaman usahawan Muslim di

Melaka. *Dalam Prosiding Persidangan Kebangsaan Ekonomi Malaysia Ke-9*. (pp. 442 – 450).

- Mohd Nor, M., & Siti Fatahiyah, M. (2012). Islamic philosophy on behaviour-based environmental attitude. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 49, 85-92.
- Mohd Rizal, R., Suzzaini, A., & Rushami, Z. Y. (2012). Is halal certification process “green”? *The Asian Journal of Technology Management*, 5(1), 33-41.
- Mohd Sabri, M., Syed Najmuddin, S. H., & Ab. Halim, T. (2009). Amalan ibadat harian dan sumbangannya kepada kecerdasan emosi remaja. *Journal of Islamic and Arabic Education 1(1)*, 1(1), 29–40.
- Mohd Zaid, M., & Joni Tamkin, B. (2013). Muslim consumer behavior: Emphasis on ethics from islamic perspective. *Middle-East Journal of Scientific Research*, 18 (9), 1301-1307.
- Mohd Zain, M., Asyraf, A. R., & Mohd Rafi, Y. (2015). Elemen kerohanian dalam keusahawanan Islam: kajian terhadap usahawan berjaya di negeri Kelantan, *Journal of Business and Social Development*, 3(1), 43-53.
- Mohd Zakir, M. (2008). *Mutiara peringatan 40 hadith qudsi siri 1*. Kedah: Pustaka Taklimah.
- Muatasim, I. & Blaim, K. (2012). Toward applied Islamic business ethics: responsible halal business. *Journal of Management Development*, 31(10), 1090-1100.
- Muhammad bin Ismail Abu Abdullah al-Bukhari al-Ja'fari (2003), *Sahih al-Bukhari, Kitab al-Aiman Wa al-Nazar, no. hadis 6689, j.3, c.1*, al-Qaherah: Dar al-Bayan al Hadisah, h. 285.
- Muhammad Haziq, H., Sazelin, A., Safiah, S. (2015). Knowledge and Practice for Implementing Internal Halal Assurance System among Halal Executives. *Asian Social Science*, 11(17), 57.
- Muhammad Mustakim, M. N., Siti Arni, B., & Wan Norhasniah, W. H. (2014). Strategi dan Faktor mempengaruhi pelaksanaan etika kerja Islam (EKI): Kajian Kes di JCorp. *GJAT*, 4(1), 97-11.
- Muhammad Nasiruddin al-Albani (1997), *Sahih al-adab al-mufrod lil imam al-bukhari, Bab al-muslimu al-mar'ah, no. hadis 231, j. 1, c. 4*, al-saudiyah: maktabah ad-dalil.
- Muhammad Yousuf, K. M., Arshad, M. S., Hafiz, M. F. Z., & Muhammad, I. R. (2012). The impact of Islamic work ethics on job satisfaction and

- organizational commitment: a study of agriculture sector of Pakistan. *International Journal of Business and Behavioral Sciences*, 2(12), 32-45.
- Munazza, S., & Ilhaamie, A. G. A. (2014). Religion and brand switching behavior of Muslim consumers. *Middle-East Journal of Scientific Research*, 21(9), 1611-1617.
- Nadzirah, M. S., & Ram Al Jaffri, S. (2016). Sikap, norma subjektif dan kawalan gelagat ditanggap terhadap gelagat pemberian hibah. *Journal of Global Business and Social Entrepreneurship*, 1(1), 136-141.
- Nazura, N. (2017, April 6). *Tingkatkan usaha seragamkan pensijilan halal: TPM*. Dicapai daripada <https://www.pressreader.com/malaysia/berita-harian5831/20170406/281552290710127>
- Nor Aini, I., & Mohd Ali, M. N. (2013). Analisis keprihatinan pengguna Muslim terhadap isu halal-haram produk melalui pembentukan indeks. *Dalam Prosiding Perkem VIII*, 3, 1245-1258.
- Nor Ardyanti, A., Tunku Nashril, T. A. & Mohd Helmi, A. Y. (2013). A study on halal food awareness among Muslim customers in Klang Valley. *Dalam The 4th International Conference on Business and Economic Research (4th icber 2013) Proceeding* (pp. 1073-1087).
- Norsaleha, M. S., Ab. Halim, T., & Salleh, A. (2013). Kesahan dan kebolehpercayaan instrumen penghayatan akidah. *International Journal of Islamic Thought*, 3, 71-80.
- Nurshuhaida, A. R., & Siti Zaiton, M. D. (2012). Perbezaan analisis kepenggunaan menurut ekonomi konvensional dan ekonomi Islam. *Dalam Prosiding Perkem VII*, 2, (pp. 1461– 1470).
- Othman, M. Y., Munira, M., Abdul Rahman, A. R., & Alwi, S. (2012). Islamic work values and organizational commitment: A case study among employees in broadcasting industry. *China-USA Business Review*, 11(2), 161-172.
- Pallant, J. (2013). *SPSS survival manual: A step by step guide to data analysis using SPSS*. New York: Open University Press.
- Penang Monthly. (2016, November). *The global halal industry in Malaysia and Penang*. Dicapai daripada [http://penangmonthly.com/article.aspx?pageid=2365&name=the\\_global\\_halal\\_industry\\_in\\_malaysia\\_and\\_penang](http://penangmonthly.com/article.aspx?pageid=2365&name=the_global_halal_industry_in_malaysia_and_penang)
- Peng, Z., Lu, G., & Kang, H. (2013). Entrepreneurial intentions and its influencing factors: A survey of the university students in Xi'an China. *Creative Education*, 3(8), 95-100

- Potensi besar industri halal. (2016, Mac 30). *Utusan*. Dicapai daripada <http://www.utusan.com.my/rencana/potensi-besar-industri-halal-1.206454>
- Preacher, K. J., & Hayes, A. F. (2004). SPSS and SAS procedures for estimating indirect effects in simple mediation models. *Behavior research methods*, 36(4), 717-731.
- Preacher, K. J., & Hayes, A. F. (2008). Asymptotic and resampling strategies for assessing and comparing indirect effects in multiple mediator models. *Behavior research methods*, 40(3), 879-891.
- Rajagopal, S., Ramanan, S., Visvanathan, R., & Satapathy, S. (2011). Halal certification: Implication for marketers in UAE. *Journal of Islamic Marketing*, 2(2), 138-153.
- Ram Al Jaffri, S. (2010). *Gelagat kepatuhan zakat perniagaan di negeri Kedah Darulaman*. Tesis Phd tidak diterbitkan, Universiti Utara Malaysia.
- Ram Al Jaffri, S., Zainol, B., Kamil, M. I., & Md Hairi, M. H. (2010). Faktor-faktor yang mempengaruhi gelagat kepatuhan zakat perniagaan. *Jurnal Pengurusan*, 30, 49-61.
- Ramli, A. (2013). *Akidah: Penghayatan tauhid al-Quran* (2<sup>nd</sup> ed.). Johor: Penerbit UTM Press.
- Reychav, I., & Weisberg, J. (2010). Bridging intention and behavior of knowledge sharing. *Journal of Knowledge Management*, 14(2), 285-300.
- Reychav, I., and Weisberg, J. (2010). Bridging Intention and Behavior of Knowledge Sharing. *Journal of Knowledge Management*, 14(2), 285-300.
- Rezai, G., Zainalabidin, M., Mad Nasir, S., & Eddie Chiew, F.C. (2010) Non-Muslims' awareness of halal principles and related food products. *Malaysia International Food Research Journal*, 17, 667-674.
- Ringle, C. M., Sarstedt, M., & Straub, D. W. (2012). A critical look at the use of PLS-SEM in MIS Quarterly. *MIS Quarterly*, 36(1), 3-8.
- Rise, J., Sheeran, P., & Hukkelberg, S. (2010). The Role of Self-identity in the Theory of Planned Behavior: A Meta-Analysis. *Journal of Applied Social Psychology*, 40(5), 1085-1105.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2013). *Organization behavior* (15<sup>th</sup> ed.). United State: Person Prentice Hall.
- Robinson, J.P., & Shaver, P.R. (1973). *Measures of social attitudes*. Institute for Social Research. Michigan: Ann Arbor.

- Rokhman, W. (2010). The effect of Islamic work ethics on work outcomes. *Electronic Journal of Business Ethics and Organization Studies*, 15(1), 21-27.
- Rosniati, H. (2013), Studi Islam tentang akhlak konselor. *Jurnal Al-Ta'lim*, 1(4), 299-311.
- Sabiruddin. (2012). Akidah Asas Kesempurnaan Insan. *Jurnal al-Hikmah* 4, 106-110.
- Salasiah Hanin, H., Zainab, I., & Noor Shakirah, M. A. (2012). Kaedah penerapan ibadah dalam kaunseling salasiah. *Jurnal Teknologi*, 59, 87-92.
- Saleha, S., & Azmi, S. (2014). Assessment of knowledge, attitude & perception among hospital pharmacists regarding Halal pharmaceuticals. *Journal of Applied Pharmaceutical Science*, 4(05), 80-86.
- Salman, F., & Siddiqui, K. (2011). An exploratory study for measuring consumers awareness and perceptions towards halal food in Pakistan. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 3(2), 639-652.
- Salman, F., & Siddiqui, K. (2012). *Antecedents of halal food marketing in a Muslim country: Consumer insights from Pakistan*. Dicapai pada Mac, 13, 2013, daripada <http://marketing.conference-services.net>
- Saptu, S. & Abd Aziz, A. (2012). Konsep al-Tasfiyah (pemurnian) akidah dalam sunnah nabawiyah. *Jurnal Ilmiah Berimpak*, 4, 41-62.
- Sazelin, A. (2009). Keupayaan pemasaran dalam kalangan pengusaha kecil makanan halal di melaka tengah: Satu kajian awal. *MALIM: Jurnal Pengajian Umum Asia Tenggara*, 10, 183-208.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2011). *Research methods for business: A skill building approach* (5<sup>th</sup> ed.). Great Brition: John Wiley & Sons Ltd.
- Seman, J. (2013). *Pengetahuan wajib setiap Muslim* (2<sup>nd</sup> ed.). Selangor: Al-Hidayah Publication.
- Shaari, J. A. N., & Arifin, N. S. (2010). Dimension of halal purchase intention: A preliminary study. *International Review of Business Research Papers*, 6(4), 444-456.
- Shabbir, M. Q., Khan, A. A., & Khan, S. R. (2017). *Brand loyalty brand image and brand equity: The mediating role of brand awareness*. *International Journal of Innovation and Applied Studies*, 19(2), 416-423.
- Shalihen, M. S. (2011). *Faktor Penentu Niat Kepatuhan Cukai Jualan Tempatan*. Tesis Phd tidak diterbitkan, Universiti Utara Malaysia.

- Sharifah Nooraida, W. H. & Sharifah Fatimah, W. J. (2011). Tinjauan keperluan aktiviti kerohanian dalam kalangan guru pelatih Muslimah di IPG Kampus Batu Lintang. *Jurnal Penyelidikan IPG Kampus Batu Lintang*, 10, 1-13.
- Sharifah Zannierah, M., Hall, C. M., & Ballantine, P. W., (2012). Restaurant managers' perspectives on halal certification. *Journal of Islamic Marketing*, 3(1), 47-58.
- Sharifi, S.S. (2014). *Impacts of the trilogy of emotion on future purchase intentions in products of high involvement under the mediating role of brand awareness*. *European Business Review*, 26 (1), 43-63.
- Sheldon, K. M. (1996). The social awareness inventory: Development and applications. *Personality & Social Psychology Bulletin*, 22, 620-634.
- Shohana, H. (2010) Kesejahteraan dan kedamaian melalui pembangunan modal insan: Kajian teks Hidayah Al-Salikin. *Dalam Seminar Serantau Islam dan Kesejahteraan Sejagat*. (pp. 1-17).
- Shukri, A. & Musa, Y. O. (2012). The concept of Islamic work ethic: An analysis of some salient points in the prophetic tradition. *International Journal of Business and Social Science*, 3(20), 116-123.
- Siaw, C. L., & Nazatul Shima, A. R. (2012). A critical review on the regulatory and legislation challenges faced by halal start-up SMEs food manufacturers in Malaysia. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 57, 541-548.
- Sijil halal: Kesedaran peniaga Islam masih rendah. (2012, Disember 10). *Sinar Harian*. Dicapai daripada <http://www.sinarharian.com.my/nasional/sijil-halal-kesedaran-peniaga-islam-masih-rendah-1.111416>
- Siti A'isyah, H. (2016, Januari 11). JAKIM cadang tubuh Majlis Halal Malaysia. *MyMetro*. Dicapai daripada <https://www.hmetro.com.my/node/106444>.
- Siti Mashitoh, A., Norhayati Rafida, A.R., & Alina, A.R. (2013). Perception Towards Halal Awareness and its Correlation with Halal Certification among Muslims. *Middle-East Journal of Scientific Research*, 13, 1-4.
- Siti Zanariah, H. Y., Nor Azura, A., & Bolong, J. (2014). Faktor pencetus perilaku pencarian maklumat produk halal dalam kalangan keluarga Islam. *Global Media Journal–Malaysian Edition*, 3(2), 69-82.
- Soesilowati, E. S. (2010). Business opportunities for halal products in the global market: Muslim consumer behaviour and halal food consumption. *Journal of Indonesian Social Sciences and Humanities*, 3, 151–160.

- Standard Malaysia 1500:2009. (2009). *Halal food-production, preparation, handling and storage-general guidelines (2th ed.)*. Selangor: Department of Standard Malaysia.
- Stone, M. (1974). Cross-Validatory Choice and Assessment of Statistical Predictions. *Journal of the Royal Statistical Society*, 36(2), 111–147.
- Stone, T. H., Jawahar, I. M., & Kisamore, J. L. (2010). Predicting academic misconduct intentions and behavior using the theory of planned behavior and personality. *Basic and Applied Social Psychology*, 32(1), 35-45.
- Straub, D. W., Boudreau, M. C., & Gefen, D. (2004). Validation guidelines for IS positivist research. *Communications of the Association for Information Systems*, 13, 380-427.
- Suhaiza, Z., Azizah, O., & Kopong, S. (2011). An Exploratory Study on the Factors Influencing the Non—Compliance to Halal among Hoteliers in Malaysia. *International Business Management*, 5(1), 1-12.
- Suria, S. (2013). *Tinjauan pelaksanaan ibadah solat dalam kes runding cara di bahagian undang-undang keluarga Islam, Jabatan Agama Islam Melaka*. Tesis Master tidak diterbitkan, Universiti Kebangsaan Malaysia.
- Syahirah. (September 2, 2017, September 2). Pegawai FAMA. *Komunikasi Peribadi*. Kuala Lumpur.
- Syed Shah, A., & Nazura, M. S. (2011). Applying the theory of planned behavior (TPB) in halal food purchasing. *International Journal of Commerce and Management*, 21(1), 8-20.
- Syed Shah, A., Hawati, J., Zanariah, Che Aniza, C. W., & Mst. Nilufar, A. (2012). Is religiosity an important factor in influencing the intention to undertake Islamic home financing in Klang Valley?. *World Applied Sciences Journal*, 19 (7), 1030-1041.
- Syed Shah, A., Rohani, M., & Badrul, H. (2011). Is religiosity an important determinant on Muslim consumer behaviour in Malaysia?. *Journal of Islamic Marketing*, 2(1), 83-96.
- Syukri, A., & Musa, Y. O. (2012). The concept of Islamic work ethic: An analysis of some salient points in the prophetic tradition. *International Journal of Business and Social Science*, 3(20), 116-123.
- Tarkiainen, A., & Sundquist, S. (2005). Subjective norms, attitudes and intentions of finish consumers in buying organic food. *British Food Journal*, 107 (11), 808-22.

- Taylor, S., & Todd, P. (1995). Decomposition and crossover effects in the theory of planned behavior: A study of consumer adoption intentions. *International Journal of Research in Marketing*, 12(2), 137–155.
- The future of the global Muslim population: projections for 2010-2030. (2011). *Pew Forum on Religion and Public Life*. Dicapai daripada <http://www.pewforum.org/2011/01/27/the-future-of-the-global-muslim-population/>
- Theodorakis, Y. (1994). Planned behavior , attitude strength , role identity , and the prediction of exercise behavior . *The Sport Psychologist*, 8, 149–165.
- Tingkat bumiputera kuasai halal. (2015, Disember 23). *Utusan*. Dicapai daripada <http://www.utusan.com.my/berita/nasional/tingkat-bumiputera-kuasai-halal-1.172005>
- Verboon, P., & Dijke, M. (2007). A self-interest analysis of justice and tax compliance: how distributive justice moderates the effect of outcome favourability. *Journal of Economic Psychology*, 28, 704–727.
- Walley, K., Custance, P., Orton, G., Parsons, S., Lindgreen, A., & Hingley, M. (2009). Longitudinal attitude surveys in consumer research: A case study from the agrifood sector. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 12(3), 260-278.
- Wan Norhasniah, W. H. (2012). Work ethics from the Islamic perspective in Malaysia. *European Journal of Social Sciences*, 29(1), 51-50
- Wizarah al-Awqaf wa Shu'un al-Islamiyyah. (1990). *al-Mausuc ah al-Fiqhiyyah*, Jld18. Kuwait: Thabac ah Zat al-Salasil.
- Zainol, B & Kamil, M. I. (2009). Sikap, norma subjektif dan kawalan gelagat ditanggap terhadap niat gelagat kepatuhan zakat pendapatan gaji. *International Journal of Management Studies (IJMS)*, 16(1), 31-55.
- Zainol, B., Faridahwati, M. S., Shaliheen, M. S., & Mohd Zainudin, O. (2011b). Factors influencing intention to comply with local sale tax in Malaysia. *SSRN Electronic Journal*, 1-12.
- Zainol, B., Hussain, Z., & Salleh, S. M. (2011a). Pengaruh sikap dan norma subjektif terhadap niat gelagat kepatuhan cukai jualan tempatan. *IJMS*, 18(2), 237–251.
- Zainol, B., Kamil, M. I., & Faridahwati, M. S. (2009). Predicting compliance intention on zakah on employment income in Malaysia: An application of reasoned action theory. *Jurnal Pengurusan*, 28, 85–102.
- Zakiah. S., & Fadilah., A. R. (2013). Towards the Formation of Shariah Compliance Hotel in Malaysia: An Exploratory Study on its Opportunities



and Challenges. In *The 2013 WEI International Academic Conference Proceedings, Malaysia. Istanbul: The West East Institute.*

- Zawanah, M., Munir, M. S., & Abdul Muhaimin, M. (2008). Halal: Antara tuntutan agama dan strategi ekonomi. *Dalam proceeding of Islamic Administration in Malaysia Seminar: Cabaran Semasa dan Perancangan Masa Depan.* (pp.2).
- Zetu, I., Zetu, L., Dogaru, C. B., Duta, C., & Dumitrescu, A. L. (2014). Gender variations in the psychological factors as defined by the theory of planned of oral hygiene behaviors. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 127, 353–357.
- Zikmund, W. G., Babin, B. J., Carr, J. C., & Griffin, M. (2013). *Business research methods* (9<sup>th</sup> ed.). Canada, South-Western: Cengage Learning. 133-134.
- Zulkifli. D. (2008). Kecenderungan umat islam terhadap konsep pemakanan halal: Kajian di UITM Pulau Pinang. *Dalam Proceeding of the 1<sup>st</sup> ECER Regional Conference.* (pp. 57-67).
- Zulkiple, A. G., & Nor Salimah, A. M. (2006) Penghayatan agama sebagai asas pembangunan pelajar: Analisis terhadap beberapa pandangan al-Imam al-Ghazali. *Dalam National Student Development Conference (NASDEC) 2006, 8-9 August 2006, Kuala Lumpur, Malaysia.* (pp. 1-19).
- Zunairah, T., Suhaiza, Z., & Yusserie, Z. (2010). Conceptualizations on the dimensions for halal orientation for food manufacturers: A study in the context of Malaysia. *Pakistan Journal of Social Sciences*, 7(2), 56-61.



# LAMPIRAN



## **BORANG SOAL SELIDIK**

### **GELAGAT KEPATUHAN PENGUSAHA PERUSAHAAN KECIL DAN SEDERHANA (PKS) BUMIPUTERA TERHADAP PENSIJILAN HALAL MALAYSIA**

---

Asallammualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Kepada Tuan/Puan,

Sukacita dimaklumkan bahawa satu kajian tentang perkara di atas sedang dijalankan oleh penyelidik. Tujuan kajian ini ialah untuk mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi gelagat usahawan Perusahaan Kecil dan Sederhana (PKS) bumiputera terhadap piawaian pensijilan halal Malaysia.

2. Kajian ini adalah untuk tujuan penyelidikan dan akademik semata-mata. Segala maklumat yang diberikan adalah SULIT dan rahsia. Ia tidak akan didedahkan kepada mana-mana pihak.

3. Oleh itu, saya memohon jasa baik Tuan/Puan untuk menjawab borang soal selidik ini dengan jujur dan ikhlas.

Kerjasama Tuan/Puan amat diperlukan dalam mengisi soal selidik ini adalah sangat dihargai dan didahului dengan ucapan terima kasih.

Sekian, terima kasih atas kerjasama Tuan/Puan.

Siti Khalilah Basaruddin  
Calon Doktor Falsafah (Ph.D)  
Universiti Utara Malaysia  
E-mel: eyila\_86@yahoo.com  
Tel: 012-3064031

Borang Soal Selidik  
Gelagat Usahawan Perusahaan Kecil dan Sederhana (PKS) Bumiputera Terhadap  
Pensijilan Halal Malaysia

**Bahagian A**

Sila bulatkan pada ruang yang telah disediakan berdasarkan maklumat yang paling tepat dengan diri anda. PENTING: Tolong tandakan jawapan bagi SEMUA item berikut:

	Amat Tidak Setuju				Amat Setuju
1. Saya gembira dapat melaksanakan tanggungjawab sebagai usahawan Muslim dengan mematuhi piawaian sijil halal.	1	2	3	4	5
2. Saya berpuas hati telah melakukan sesuatu yang bermanfaat kepada pengguna jika saya mematuhi piawaian sijil halal.	1	2	3	4	5
3. Saya merasa bersalah jika tidak mematuhi piawaian pensijilan halal sepanjang penghasilan produk.	1	2	3	4	5
4. Pematuhan terhadap piawaian sijil halal Malaysia dapat membantu mengesahkan kebersihan produk saya.	1	2	3	4	5
5. Mematuhi piawaian pensijilan halal Malaysia adalah tanggungjawab yang baik kepada perniagaan saya.	1	2	3	4	5
6. Mematuhi piawaian pensijilan halal dapat membantu produk saya berkembang.	1	2	3	4	5

### Bahagian B

Sila bulatkan pada ruang yang telah disediakan berdasarkan maklumat yang paling tepat dengan diri anda. PENTING: Tolong tandakan jawapan bagi SEMUA item berikut:

	Amat Tidak Setuju					Amat Setuju
1. Orang yang penting kepada saya bersetuju jika saya mematuhi piawaian pensijilan halal.	1	2	3	4	5	
2. Orang yang penting kepada saya berpendapat saya perlu mematuhi piawaian pensijilan halal.	1	2	3	4	5	
3. Orang yang penting kepada saya menyokong saya mematuhi piawaian pensijilan halal.	1	2	3	4	5	
4. Orang yang penting kepada saya menasihati saya mematuhi piawaian pensijilan halal.	1	2	3	4	5	

### Bahagian C

Sila bulatkan pada ruang yang telah disediakan berdasarkan maklumat yang paling tepat dengan diri anda. PENTING: Tolong tandakan jawapan bagi SEMUA item berikut:

	Amat Tidak Setuju					Amat Setuju
1. Saya sedar secara jelas prosedur mendapatkan sijil halal Malaysia.	1	2	3	4	5	
2. Saya memahami bahawa piawaian halal membantu saya memastikan produk yang dihasilkan adalah halal.	1	2	3	4	5	

	Amat Tidak Setuju					Amat Setuju
3. Pembelian bahan asas yang mempunyai logo halal sahaja dibenarkan dalam penyediaan makanan.	1	2	3	4	5	
4. Saya tahu bahawa kebersihan merupakan sebahagian daripada piawaian halal JAKIM.	1	2	3	4	5	
5. Saya tahu bahawa JAKIM menjalankan pemantauan sijil halal dengan berkesan.	1	2	3	4	5	

#### Bahagian D

Sila bulatkan pada ruang yang telah disediakan berdasarkan maklumat yang paling tepat dengan diri anda. PENTING: Tolong tandakan jawapan bagi SEMUA item berikut:

	Amat Tidak Setuju					Amat Setuju
1. Konsep penyediaan makanan halal bermula dari bahan mentah sehingga ke pengguna.	1	2	3	4	5	
2. Konsep halal menekankan perniagaan yang berasaskan amanah terhadap pelanggan.	1	2	3	4	5	
3. Halalan Tayyiban bermaksud makanan yang disediakan adalah dijamin dari segi kebersihan dan kualiti.	1	2	3	4	5	
4. Penggunaan alkohol yang bukan dihasilkan daripada arak diharuskan penggunaannya dalam sesuatu produk.	1	2	3	4	5	
5. Kandungan alkohol yang terdapat di dalam makanan dan minuman yang dibenarkan adalah tidak melebihi daripada 0.5%.	1	2	3	4	5	

### Bahagian E

Sila bulatkan pada ruang yang telah disediakan berdasarkan maklumat yang paling tepat dengan diri anda. **PENTING:** Tolong tandakan jawapan bagi SEMUA item berikut:

	Amat Tidak Setuju					Amat Setuju
1. Saya yakin bahawa pegangan akidah yang tinggi menyebabkan manusia menunaikan solat.	1	2	3	4	5	
2. Matlamat hidup saya adalah mengabdikan diri kepada Allah S.W.T.	1	2	3	4	5	
3. Saya percaya bahawa malaikat sentiasa mengawasi tingkah laku manusia.	1	2	3	4	5	
4. Saya percaya orang yang mengikut cara hidup Rasulullah S.A.W. akan diberi pahala.	1	2	3	4	5	
5. Al-Quran adalah kitab panduan hidup saya.	1	2	3	4	5	
6. Saya yakin kehebatan kekuasaan Allah S.W.T dalam penciptaan manusia.	1	2	3	4	5	
7. Saya gerun apabila teringat kepada kematian.	1	2	3	4	5	
8. Saya mengetahui tentang peranan al-Quran dalam melahirkan manusia yang berjaya.	1	2	3	4	5	
9. Saya menyedari bahawa tanda-tanda awal kiamat telah berlaku.	1	2	3	4	5	

		Amat Tidak Setuju				Amat Setuju
10	Saya percaya Allah S.W.T. menyediakan neraka untuk orang yang berbuat dosa.	1	2	3	4	5
11	Saya menerima dugaan Allah S.W.T. dengan redha.	1	2	3	4	5
12	Saya berusaha mencontohi cara hidup Rasulullah S.A.W.	1	2	3	4	5
13	Saya mencontohi sifat amanah Rasulullah S.A.W..	1	2	3	4	5
14	Saya insaf apabila mendengar tentang syurga neraka.	1	2	3	4	5

### Bahagian F

Sila bulatkan pada ruang yang telah disediakan berdasarkan maklumat yang paling tepat dengan diri anda. PENTING: Tolong tandakan jawapan bagi SEMUA item berikut:

		Amat Tidak Setuju				Amat Setuju
1.	Sembahyang lima waktu banyak membantu kehidupan saya.	1	2	3	4	5
2.	Saya tidak pernah meninggalkan puasa di bulan Ramadhan tanpa alasan agama.	1	2	3	4	5
3.	Menunaikan haji menjadi keutamaan saya apabila cukup syarat.	1	2	3	4	5
4.	Saya selalu mengerjakan solat Qiyamullail.	1	2	3	4	5
5.	Saya selalu mengerjakan solat sunat.	1	2	3	4	5



		Amat Tidak Setuju				Amat Setuju
6.	Saya selalu berpuasa sunat.	1	2	3	4	5
7.	Solat berjemaah menjadi keutamaan saya.	1	2	3	4	5
8.	Saya membaca al-Quran setiap hari.	1	2	3	4	5
9	Saya selalu bersedekah.	1	2	3	4	5
10	Saya membayar zakat fitrah setiap tahun.	1	2	3	4	5
11	Saya membayar zakat perniagaan apabila cukup syarat.	1	2	3	4	5

### Bahagian G

Sila bulatkan pada ruang yang telah disediakan berdasarkan maklumat yang paling tepat dengan diri anda. PENTING: Tolong tandakan jawapan bagi SEMUA item berikut:

		Amat Tidak Setuju				Amat Setuju
1.	Malas adalah satu sifat yang tidak baik.	1	2	3	4	5
2.	Berdedikasi terhadap kerja adalah sifat murni yang perlu ditanam dalam diri saya.	1	2	3	4	5
3.	Kerja yang baik memberi manfaat kepada semua pihak.	1	2	3	4	5
4.	Berlaku adil di tempat kerja baik untuk kebajikan pekerja saya.	1	2	3	4	5
5.	Saya sentiasa menghasilkan sesuatu yang terbaik untuk memenuhi keperluan pengguna.	1	2	3	4	5

	Amat Tidak Setuju					Amat Setuju
6. Saya sentiasa menjaga perhubungan sosial sesama pekerja dalam organisasi.	1	2	3	4	5	
7. Bekerja sendiri memberi peluang kepada saya untuk lebih berdikari.	1	2	3	4	5	
8. Saya perlu bekerja keras secara berterusan untuk memenuhi tanggungjawab dalam organisasi.	1	2	3	4	5	
9. Nilai kerja yang berkualiti bermula daripada niat yang ikhlas untuk bekerja.	1	2	3	4	5	

### Bahagian H

Sila bulatkan pada ruang yang telah disediakan berdasarkan maklumat yang paling tepat dengan diri anda. PENTING: Tolong tandakan jawapan bagi SEMUA item berikut:

	Amat Tidak Setuju					Amat Setuju
1. Saya akan mematuhi piawaian sijil halal Malaysia.	1	2	3	4	5	
2. Saya pasti akan dapatkan pensijilan halal bagi produk saya.	1	2	3	4	5	
3. Saya bersedia hubungi JAKIM bagi mendapatkan pensijilan halal.	1	2	3	4	5	
4. Saya bersedia memastikan produk saya patuhi piawaian sijil halal.	1	2	3	4	5	
5. Semua prosedur piawaian halal akan saya patuhi.	1	2	3	4	5	

## Bahagian I

Sila bulatkan pada ruang yang telah disediakan berdasarkan maklumat yang paling tepat dengan diri anda. PENTING: Tolong tandakan jawapan bagi SEMUA item berikut:

	Amat Tidak Setuju					Amat Setuju
1. Saya telah cukup syarat untuk mendapatkan sijil halal.	1	2	3	4	5	
2. Saya telah mempunyai pensijilan halal bagi semua produk yang dihasilkan.	1	2	3	4	5	
3. Saya ada menghubungi JAKIM untuk memohon pensijilan halal Malaysia.	1	2	3	4	5	
4. Sepanjang menjalankan perniagaan, saya mematuhi piawaian pensijilan halal bagi setiap produk yang dihasilkan.	1	2	3	4	5	

## Bahagian J: Maklumat Peribadi Dan Perniagaan.

Arahan: Sila tandakan (✓) pada petak jawapan yang berkenaan dan isikan tempat kosong di jawapan soalan nombor 5 yang disediakan.

1. Jantina.

☐

Lelaki

☐

Perempuan

2. Umur.

☐

< 20 tahun

☐

21 – 30 tahun.

☐

31 – 40 tahun.

☐

41 – 50 tahun.

☐

51 tahun ke atas.

3. Status Perkahwinan.

- ☐ Bujang  
☐ Berkahwin  
☐ Duda/Janda

4. Pendidikan

- ☐ Sekolah Rendah  
☐ Sekolah Menengah  
☐ Sijil  
☐ Diploma  
☐ Ijazah Sarjana Muda  
☐ Master  
☐ PhD

5. Jenis Perniagaan.

- ☐ Bakeri.  
☐ Makanan Tradisional.  
☐ Makanan Ringan.  
☐ Makanan Sejuk Beku.  
☐ Makanan segera  
☐ Lain-lain, nyatakan.....

6. Purata Keuntungan Bersih Tahunan.

- ☐ < RM 10,000.00  
☐ RM 10,001.00 – RM 30,000.00  
☐ RM 30,001.00 – RM 50,000.00  
☐ RM 50,001.00 ke atas.

7. Tempoh Perniagaan Beroperasi

☐ <3 tahun.

☐ 4 – 6 tahun.

☐ 7 – 10 tahun.

☐ 11 tahun ke atas.

8. Bilangan Pekerja.

☐ <10 orang.

☐ 11– 30 orang.

☐ 31 – 50 orang.

☐ 51 orang ke atas.



**-Soalan Tamat-**  
**UUM**  
Universiti Utara Malaysia

## PROFIL RESPONDEN

### jantina

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
lelaki	219	54.8	54.8	54.8
Valid perempuan	181	45.3	45.3	100.0
Total	400	100.0	100.0	

### Umur

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
< 20 tahun	24	6.0	6.0	6.0
21 – 30 tahun.	135	33.8	33.8	39.8
31 – 40 tahun.	92	23.0	23.0	62.7
41 – 50 tahun.	84	21.0	21.0	83.8
51 tahun ke atas.	65	16.3	16.3	100.0
Total	400	100.0	100.0	

### Status Perkahwinan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Bujang	116	29.0	29.0	29.0
Berkahwin	216	54.0	54.0	83.0
Duda/Janda	68	17.0	17.0	100.0
Total	400	100.0	100.0	

### Pendidikan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sekolah Rendah	1	.3	.3	.3
Sekolah Menengah	45	11.3	11.3	11.5
Sijil	42	10.5	10.5	22.0
Diploma	200	50.0	50.0	72.0
Ijazah Sarjana Muda	75	18.8	18.8	90.8
Master	37	9.3	9.3	100.0
Total	400	100.0	100.0	

### Jenis Perniagaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Bakeri.	64	16.0	16.0	16.0
Makanan Tradisional.	87	21.8	21.8	37.8
Makanan Ringan.	65	16.3	16.3	54.0
Valid Makanan Sejuk Beku.	64	16.0	16.0	70.0
Makanan segera	100	25.0	25.0	95.0
Lain-lain	20	5.0	5.0	100.0
Total	400	100.0	100.0	

### Purata Keuntungan Tahunan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
< RM 10,000.00	132	33.0	33.0	33.0
RM 10,001.00-RM 30,000.00	208	52.0	52.0	85.0
Valid RM 30,001.00- RM 50,000.00	57	14.2	14.2	99.3
RM 50,001.00 ke atas	3	.8	.8	100.0
Total	400	100.0	100.0	



### Tempoh Perniagaan Beroperasi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
< 3 tahun	143	35.8	35.8	35.8
4-6 tahun	97	24.3	24.3	60.0
Valid 7-10 tahun	101	25.3	25.3	85.3
11 tahun ke atas	59	14.8	14.8	100.0
Total	400	100.0	100.0	

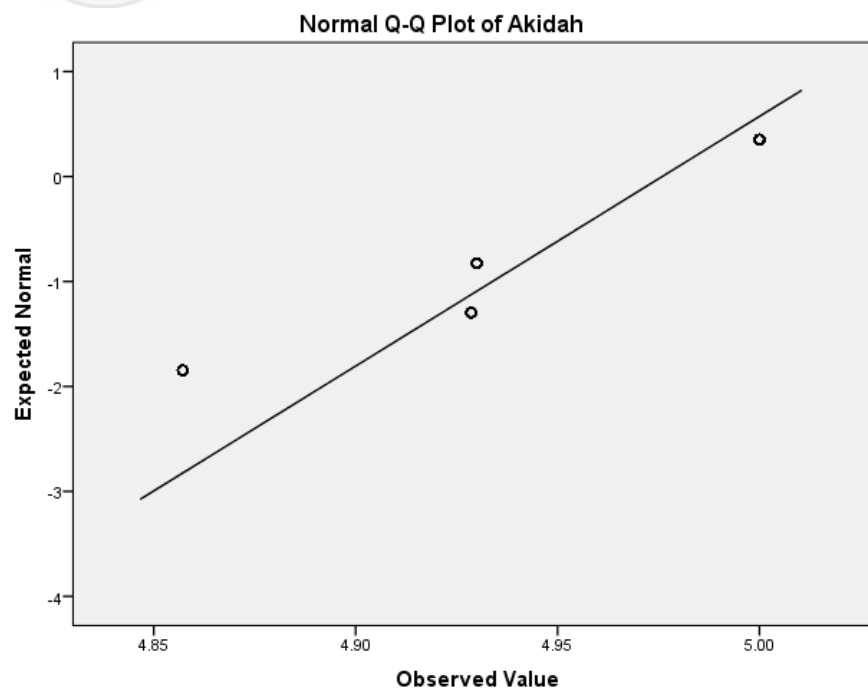
### Bilangan Pekerja

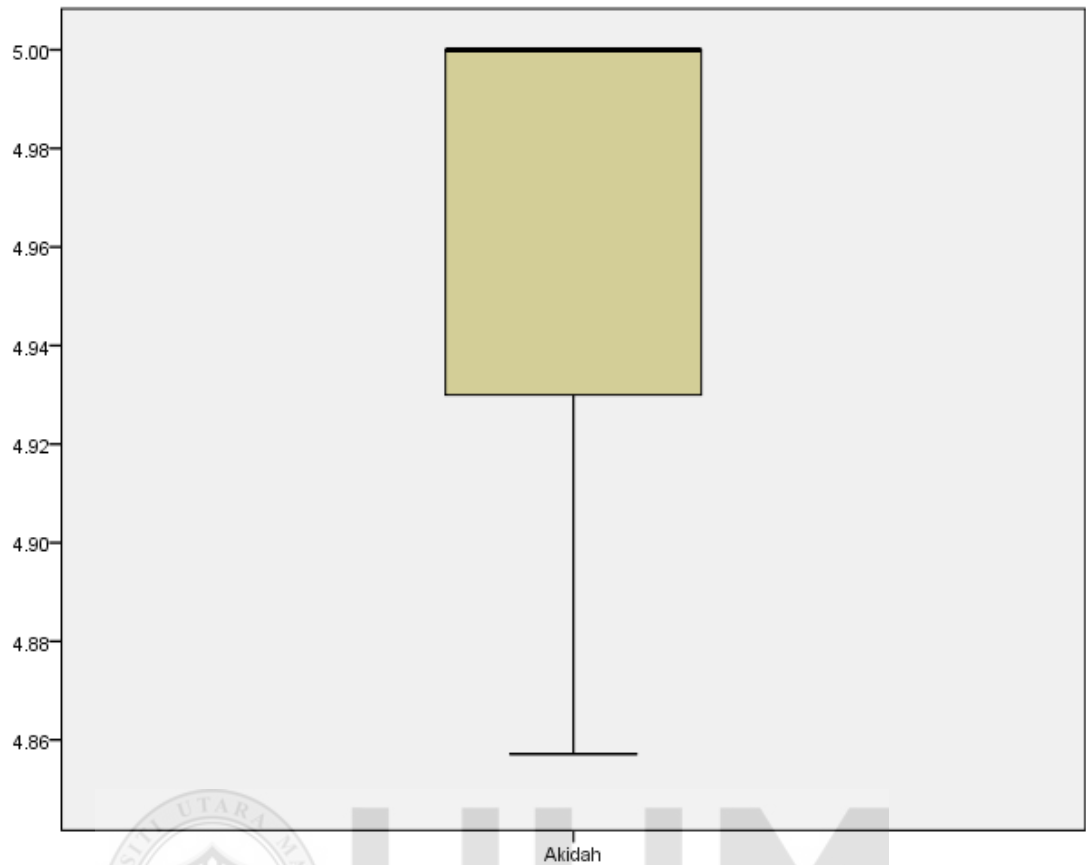
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<10 orang	346	86.5	86.5	86.5
Valid 11-30 orang	52	13.0	13.0	99.5
31-50 orang	2	.5	.5	100.0
Total	400	100.0	100.0	

## KEPUTUSAN ANALISIS NORMALITI

### FAKTOR AKIDAH

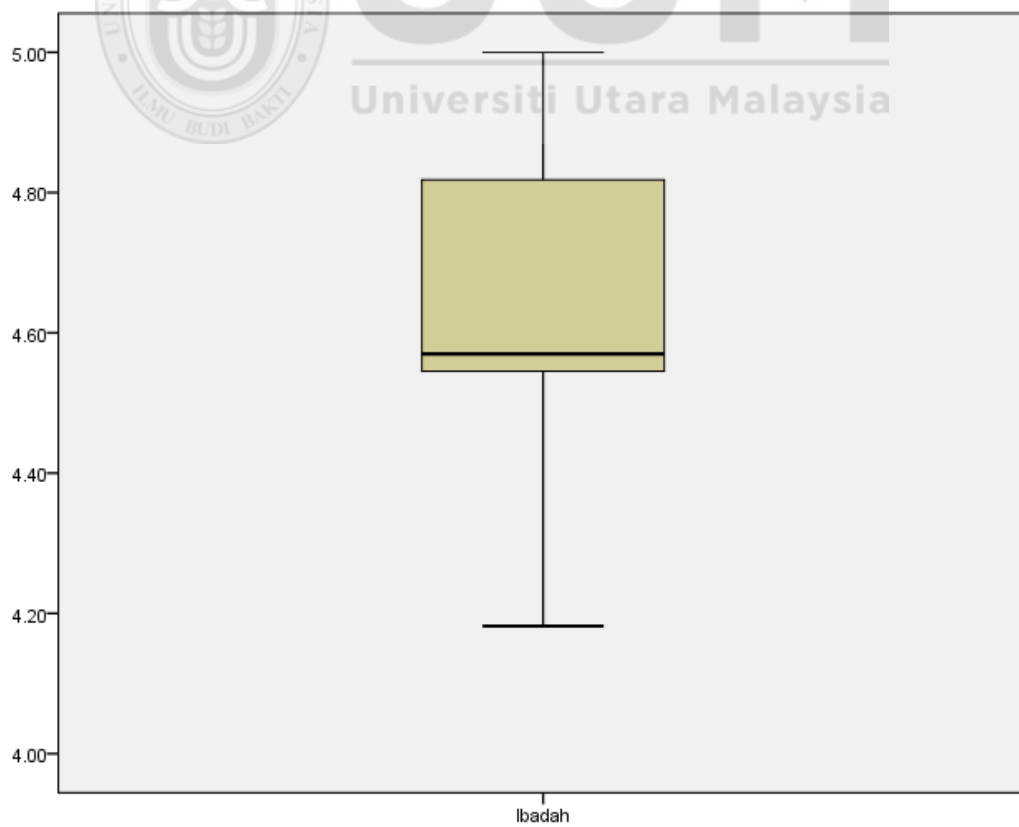
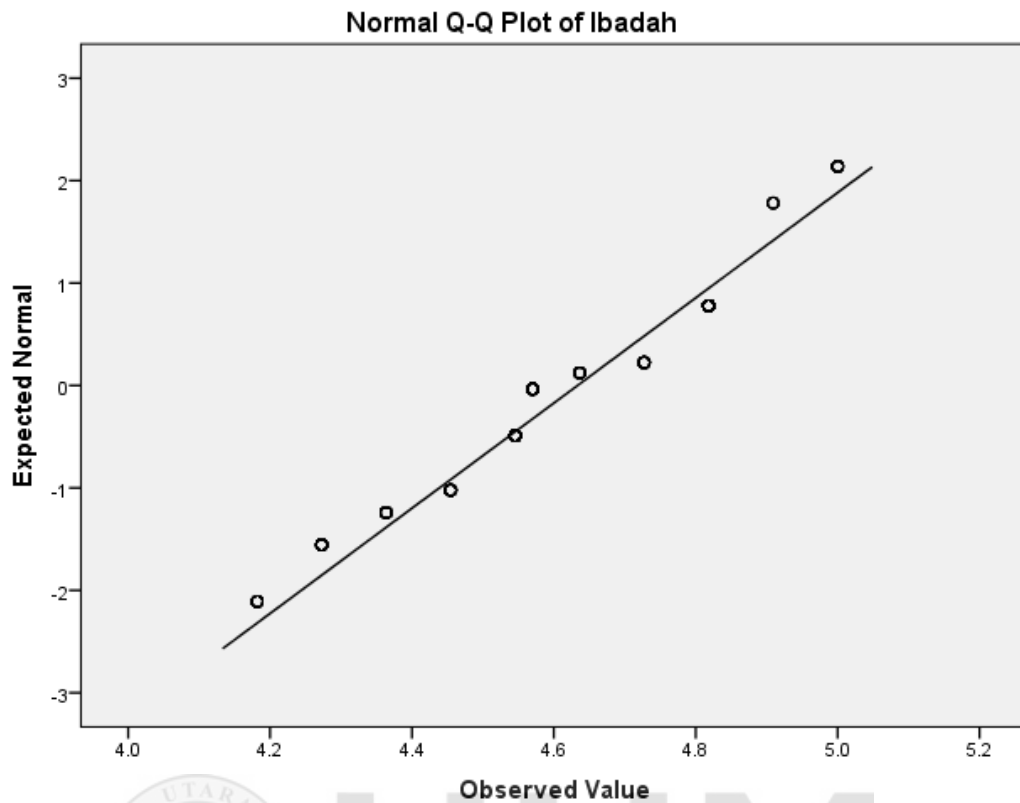
Descriptives			
		Statistic	Std. Error
Akidah	Mean	4.9759	.00210
	95% Confidence Interval for Mean		
	Lower Bound	4.9718	
	Upper Bound	4.9801	
	5% Trimmed Mean	4.9812	
	Median	5.0000	
	Variance	.002	
	Std. Deviation	.04204	
	Minimum	4.86	
	Maximum	5.00	
	Range	.14	
	Interquartile Range	.07	
	Skewness	-1.574	.122
	Kurtosis	1.434	.243





## FAKTOR IBADAH

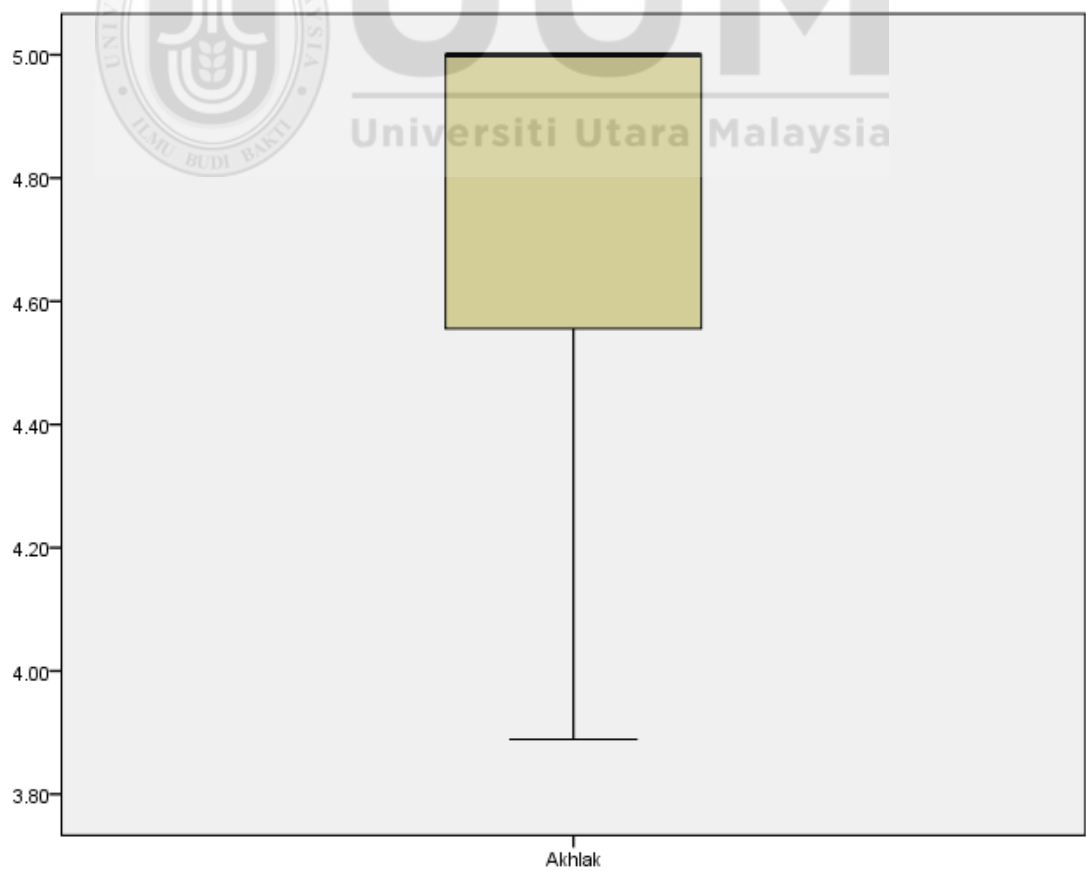
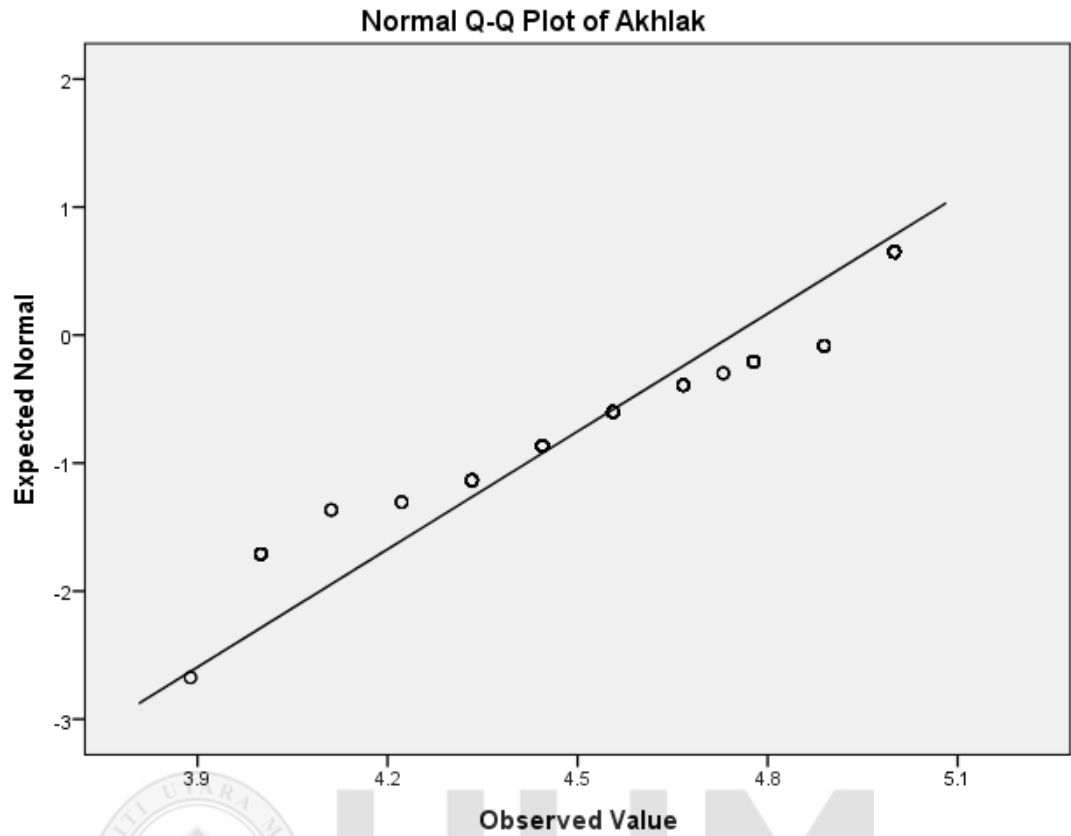
Descriptives			Statistic	Std. Error
Ibadah	Mean		4.6334	.00973
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	4.6143	
		Upper Bound	4.6525	
	5% Trimmed Mean		4.6391	
	Median		4.5700	
	Variance		.038	
	Std. Deviation		.19470	
	Minimum		4.18	
	Maximum		5.00	
	Range		.82	
	Interquartile Range		.27	
	Skewness		-.382	.122
	Kurtosis		-.503	.243



## FAKTOR AKHLAK

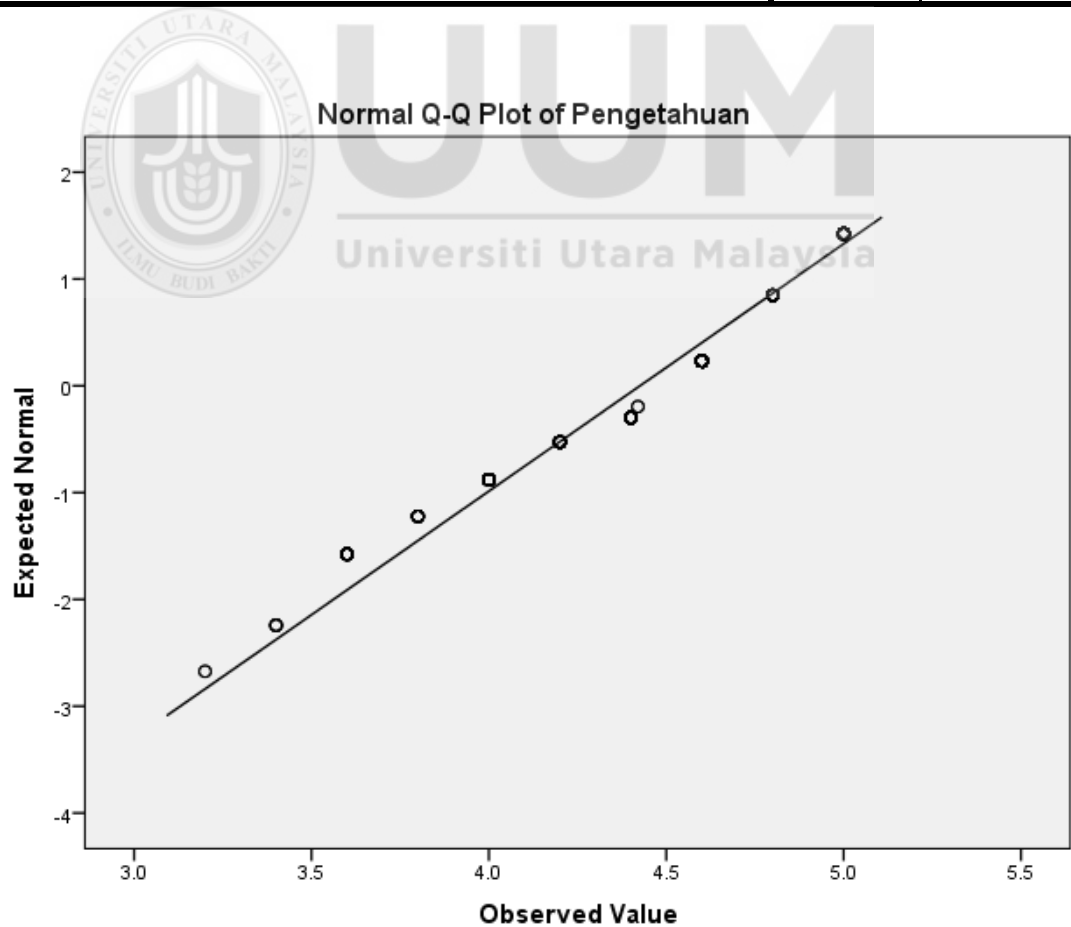
### Descriptives

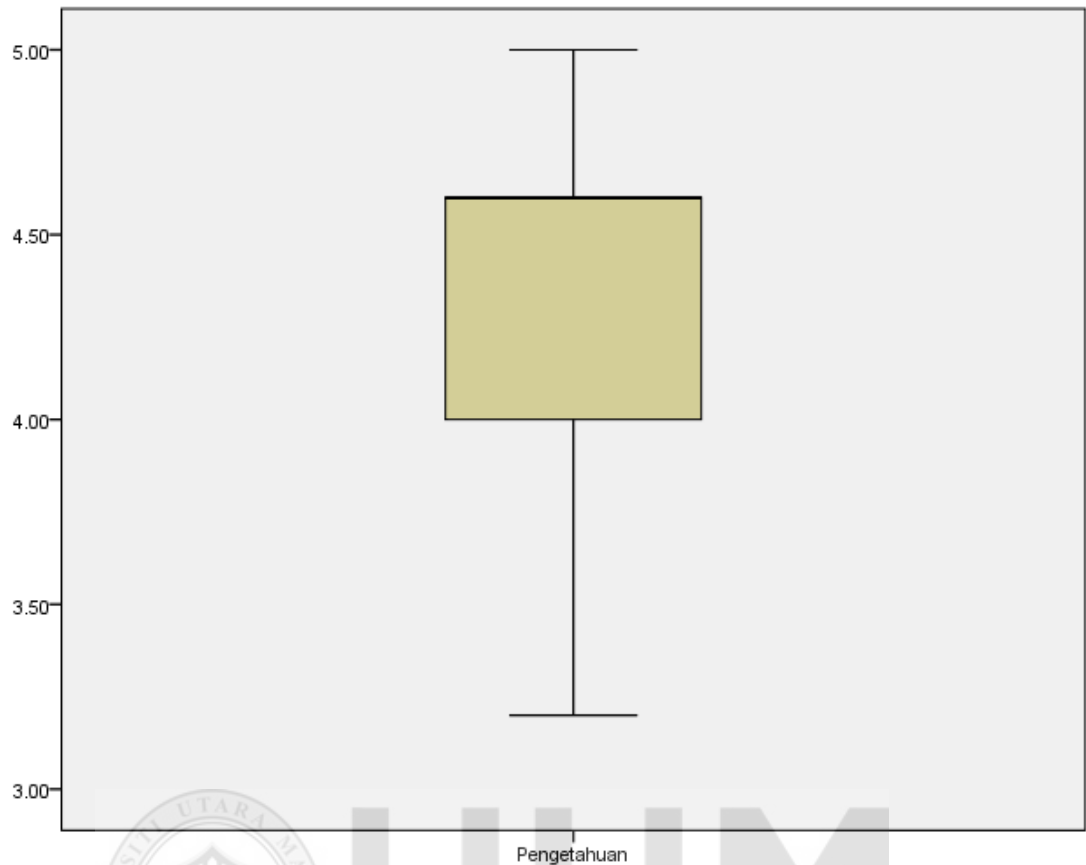
		Statistic	Std. Error
Akhlak	Mean	4.7454	.01630
	95% Confidence Interval for Mean		
	Lower Bound	4.7133	
	Upper Bound	4.7774	
	5% Trimmed Mean	4.7732	
	Median	5.0000	
	Variance	.106	
	Std. Deviation	.32595	
	Minimum	3.89	
	Maximum	5.00	
	Range	1.11	
	Interquartile Range	.44	
	Skewness	-1.050	.122
	Kurtosis	-.074	.243



## FAKTOR PENGETAHUAN

Descriptives			Statistic	Std. Error
Pengetahuan	Mean		4.4261	.02160
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	4.3836	
		Upper Bound	4.4686	
	5% Trimmed Mean		4.4451	
	Median		4.6000	
	Variance		.187	
	Std. Deviation		.43196	
	Minimum		3.20	
	Maximum		5.00	
	Range		1.80	
	Interquartile Range		.60	
	Skewness		-.618	.122
	Kurtosis		-.424	.243



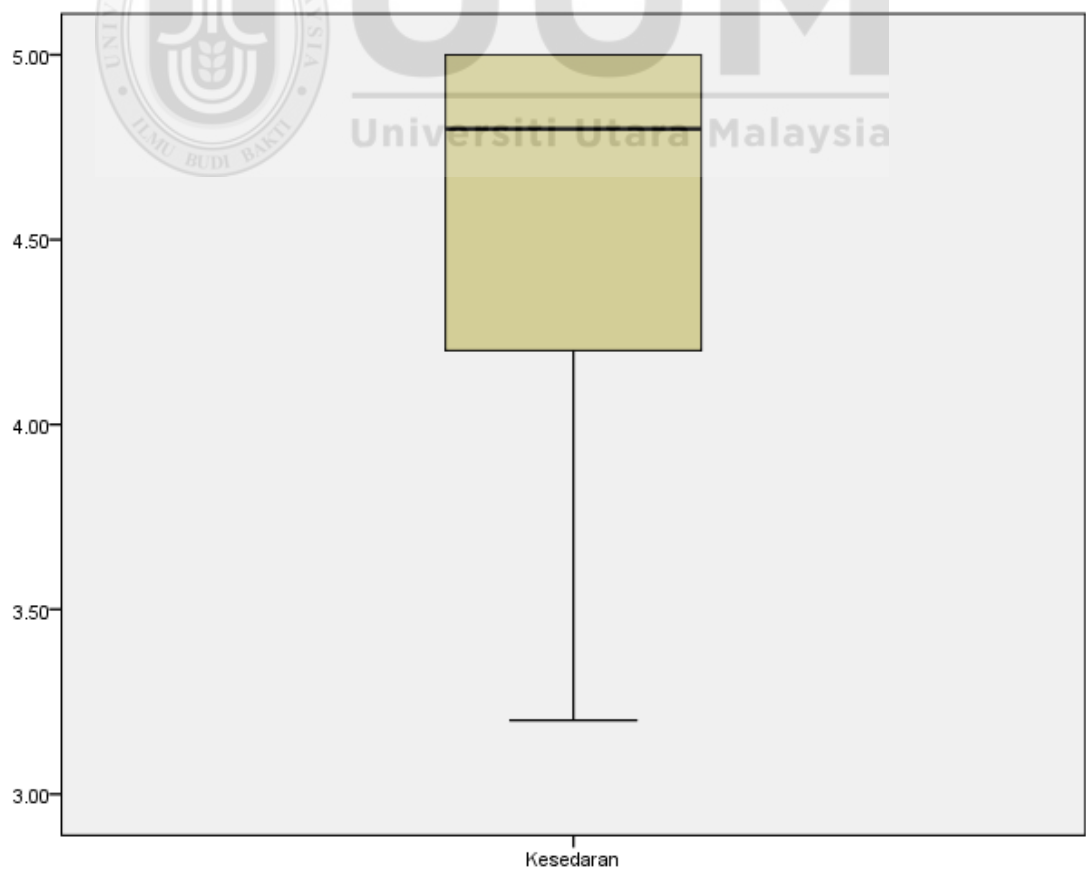
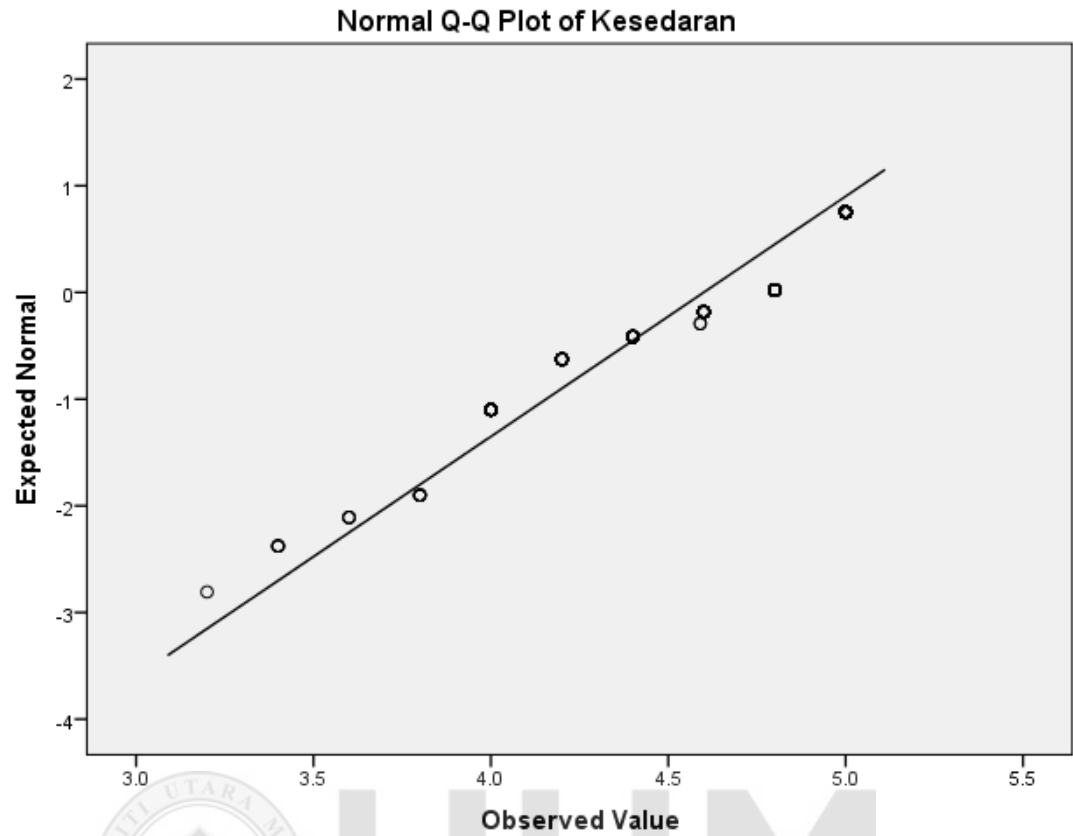


## FAKTOR KESEDARAN

### Descriptives

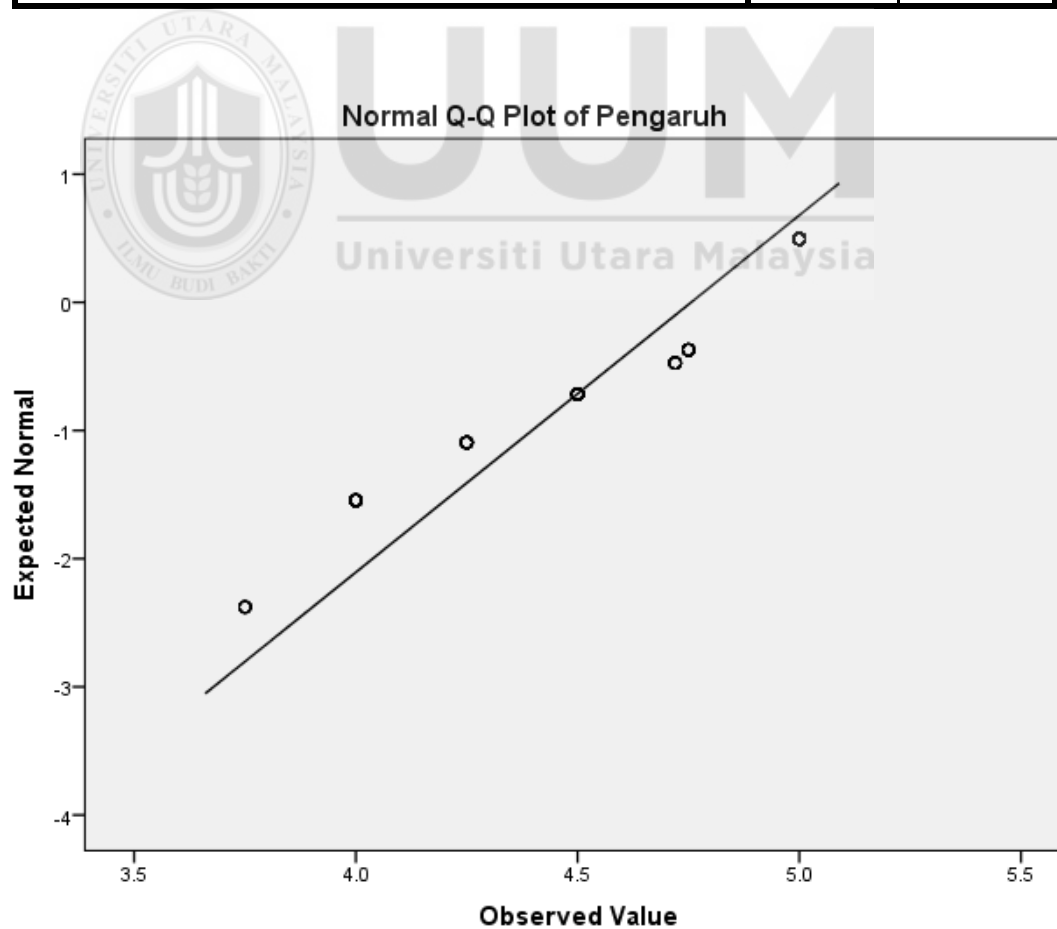
			Statistic	Std. Error
Kesedaran	Mean		4.6000	.02221
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	4.5563	
		Upper Bound	4.6436	
	5% Trimmed Mean		4.6266	
	Median		4.8000	
	Variance		.197	
	Std. Deviation		.44418	
	Minimum		3.20	
	Maximum		5.00	
	Range		1.80	
	Interquartile Range		.80	
	Skewness		-.662	.122
	Kurtosis		-.847	.243

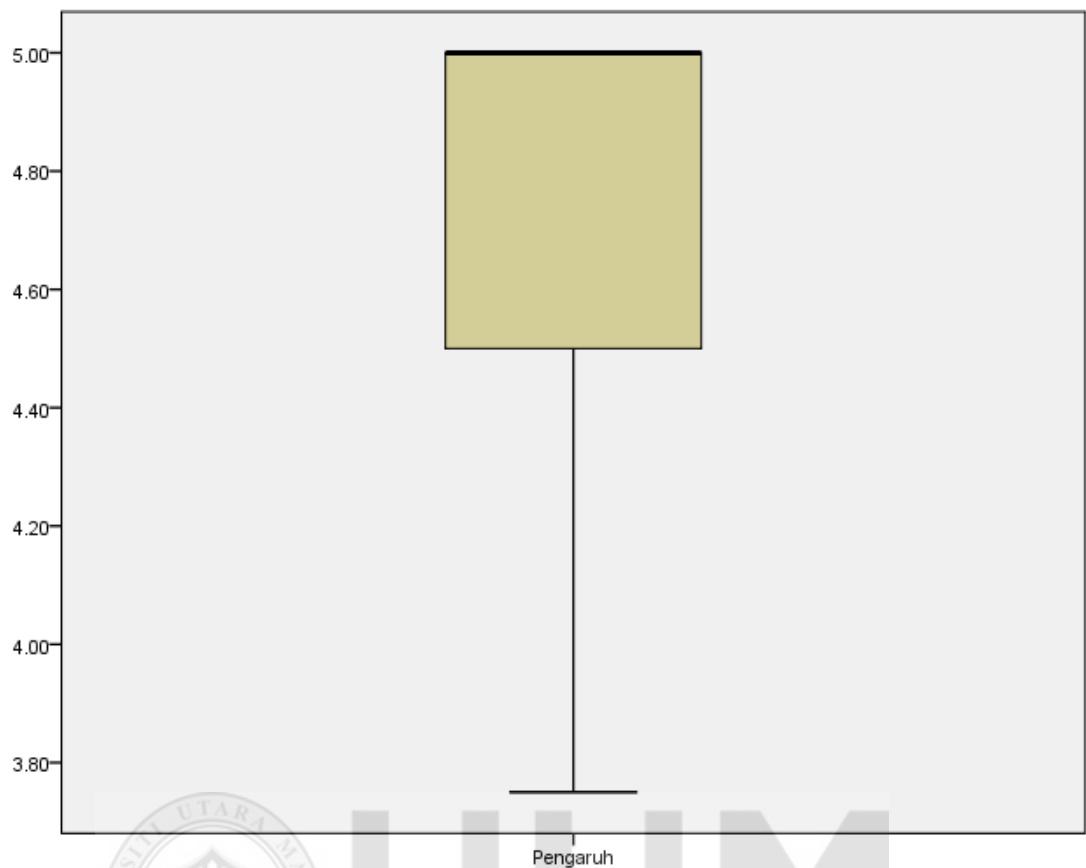




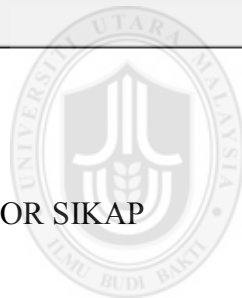
## FAKTOR PENGARUH SOSIAL

Descriptives			Statistic	Std. Error
Pengaruh	Mean		4.7561	.01795
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	4.7208	
		Upper Bound	4.7914	
	5% Trimmed Mean		4.7888	
	Median		5.0000	
	Variance		.129	
	Std. Deviation		.35903	
	Minimum		3.75	
	Maximum		5.00	
	Range		1.25	
	Interquartile Range		.50	
	Skewness		-1.211	.122
	Kurtosis		.142	.243





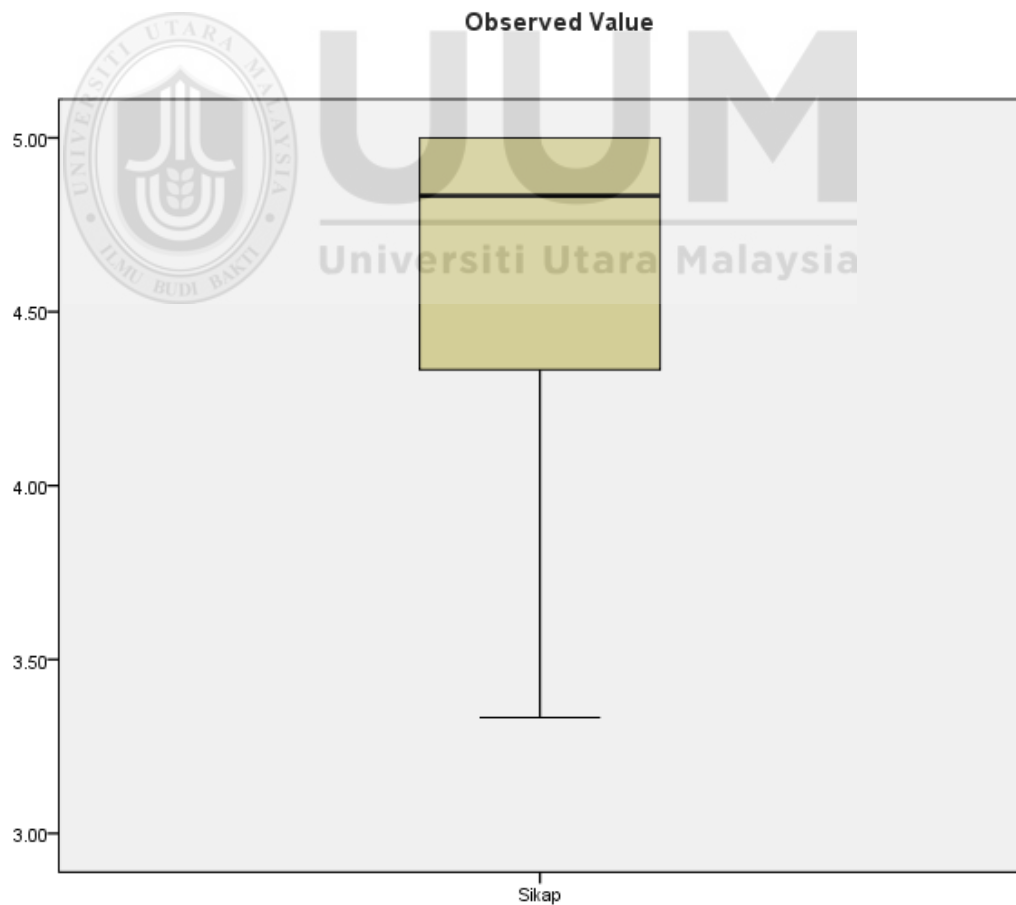
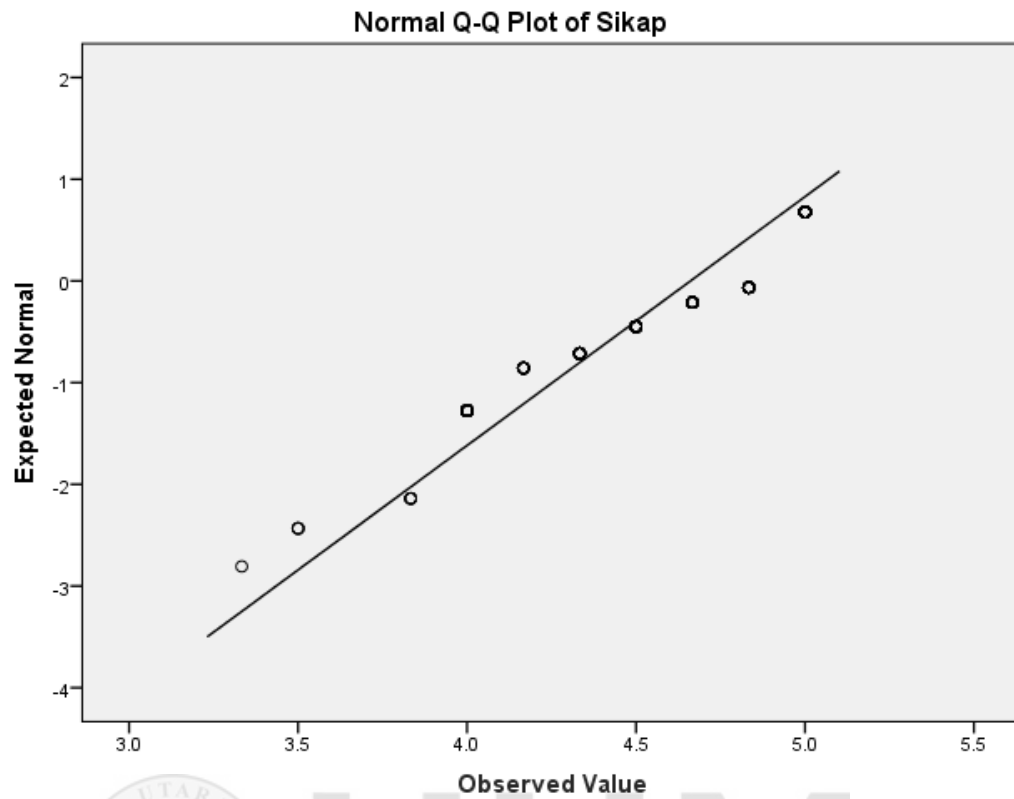
## FAKTOR SIKAP



**UUM**  
Universiti Utara Malaysia

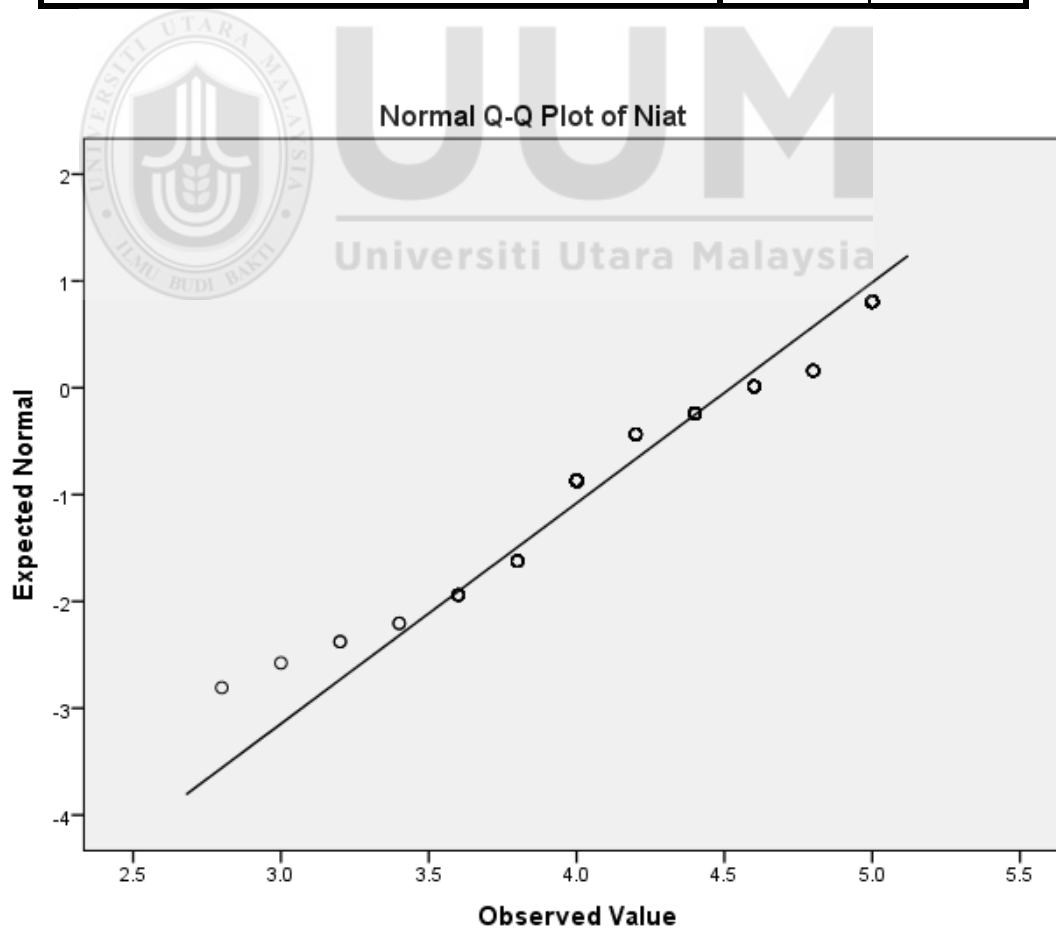
### Descriptives

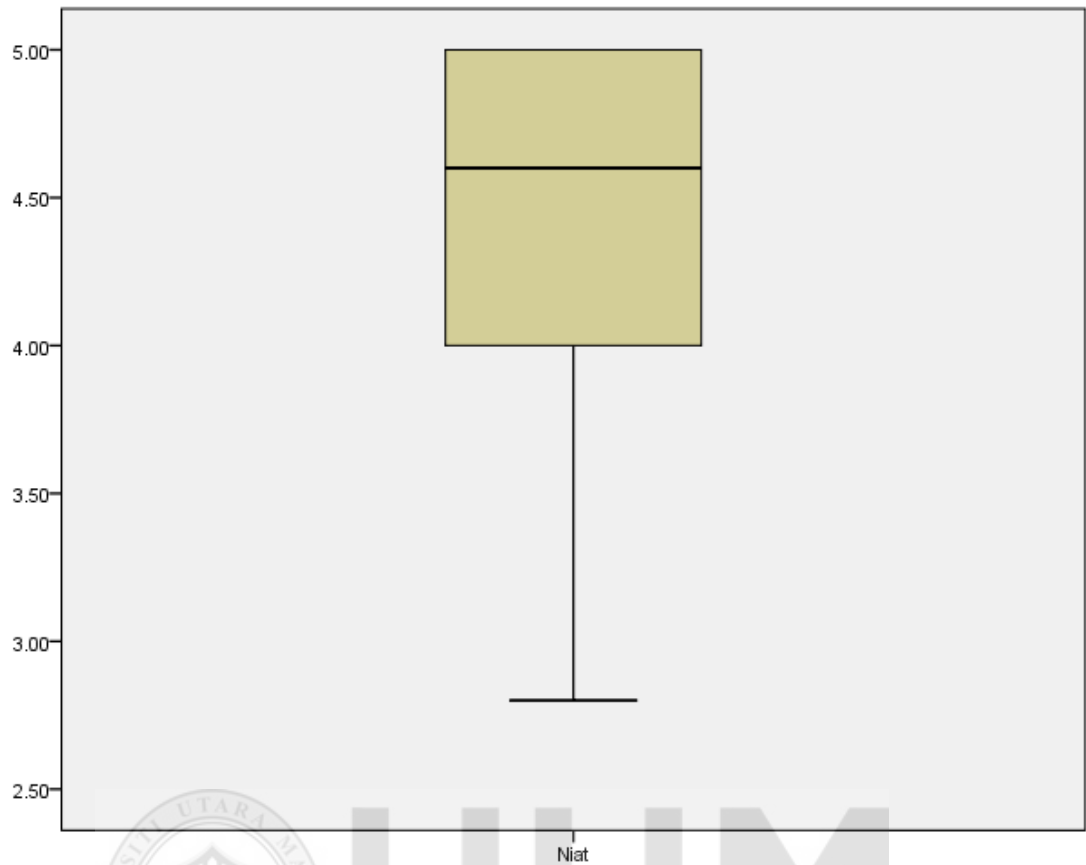
			Statistic	Std. Error
Sikap	Mean		4.6613	.02043
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	4.6211	
		Upper Bound	4.7014	
	5% Trimmed Mean		4.6870	
	Median		4.8333	
	Variance		.167	
	Std. Deviation		.40864	
	Minimum		3.33	
	Maximum		5.00	
	Range		1.67	
	Interquartile Range		.67	
	Skewness		-.827	.122
	Kurtosis		-.621	.243



## FAKTOR NIAT

Descriptives			Statistic	Std. Error
Niat	Mean		4.5225	.02420
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	4.4749	
		Upper Bound	4.5701	
	5% Trimmed Mean		4.5511	
	Median		4.6000	
	Variance		.234	
	Std. Deviation		.48402	
	Minimum		2.80	
	Maximum		5.00	
	Range		2.20	
	Interquartile Range		1.00	
	Skewness		-.518	.122
	Kurtosis		-.744	.243





FAKTOR GELAGAT



**UUM**  
Universiti Utara Malaysia

**Descriptives**

			Statistic	Std. Error
Gelagat	Mean		4.4884	.02534
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	4.4385	
		Upper Bound	4.5382	
	5% Trimmed Mean		4.5259	
	Median		4.5000	
	Variance		.257	
	Std. Deviation		.50673	
	Minimum		2.75	
	Maximum		5.00	
	Range		2.25	
	Interquartile Range		1.00	
	Skewness		-.606	.122
	Kurtosis		-.351	.243

